

LETO IX.

LJUBLJANA,
SEPTEMBER 1971

ŠT. 1



Smo za to?

Končno smo pripravili prvo številko »Mercatorja« v letošnjem letu. Karkoli bi rekli v opravičilo za tolikšno zamudo, bi morda kdo razumel kot slab izgovor. Zato se le iskreno opravičujemo za večmesečni molk in zagotavljamo, da bo poslej drugače.

Poleg trdne volje, nas na tako obljubo veže pravilnik o izdajanju glasila »Mercator«. Letos maja ga je sprejel CDS. V njem med drugim piše, da si je potrebno prizadevati za mesečno izhajanje glasila, medtem ko so pa osnovne naloge časopisa naslednje: vsestransko obveščati delovno skupnost o delu samoupravnih organov, o poslovnih rezultatih; o družbenopolitičnem življenju; v prispevkih spodbujati razvoj samoupravljanja, negovati dobre medsebojne odnose, pripomoči k dvigu izobrazbene ravni kolektiva, skratka, pisati o vseh toriščih dela in življenja delovne skupnosti.

Po teh temeljnih določilih v pravilniku, se je ravnal tudi uredniški odbor glasila, ko je na svoji seji, 8. septembra, zasnoval dolgoročnejši vsebinski koncept. Objavljamo ga na notranjih straneh časopisa.

Kot vidite, si je uredniški odbor nakopal veliko nalog in prav toliko skrbi. Tak koncept, ki obeta zanimivo, aktualno, vsestransko medsebojno obveščanje, bi težko uresničila nekaj ljudi, ki sestavljajo uredniški odbor. V veliki Mercatorjevi organizaciji namreč ni mogoče sestaviti takega operativnega organa glasila, katerega člani bi lahko tekoče spremljali pomembne dogodke v Trzinu, Ptuj, G. gradu, Ljubljani, Kočevju, Novem mestu, Metliki, Trebnjem, Litiji, Dol. Toplicah, na Vrhniki, v Idriji, Logatcu... v 180 krajih v 24 občinah po Sloveniji in Hrvaški, kjer je razpredena gosta Mercatorjeva poslovna mreža in kjer delajo in živijo člani naše delovne skupnosti. In vendar bi morali, po pametni razporeditvi, biti vsi naši kolektivi deležni enake pozornosti, imeti enake pravice do prostora v časopisu. Tako smo pa pri jedru problema: tak časopis, ki bo hkrati zrcalo življenja in dela celotnega Mercatorja, bomo lahko ustvarili le ob dejavnem sodelovanju prav vas, ki berete te vrstice, da se boste odločili postati naš stalni sodelavec — dopisnik, ali pa boste poskrbeli, da bo to postal vaš sodelavec v enoti. Prosimo, razmislite o tem. Verjemite, da ta posel ni tako težak,

(Nadaljevanje na 2. strani)

ZAVITA POT SAMOUPRAVNIH SPORAZUMOV

Na potezi je sindikat

V Kočevju, PE Trgopromet, so nam pred dnevi tožili, da jim počasno snovanje samoupravnega sporazuma resno greni življenje. Skladišni delavci, na primer, ki opravljajo najtežji fizični posel, so letos opravili veliko več dela kot lani in zaslužili na papirju tudi več denarja. V blagajni pa jim pri najboljši volji ne morejo odšteti na roko vsega zasluženega denarja, ker je zakon pač tak, da dokler se vsa trgovska podjetja ne bomo sporazumela za osnove in merila za delitev dohodka, si ne moremo zasnovati notranjih pravilnikov in s tem »odmrzniti« osebni dohodkov.

Torej so samoupravni sporazumi presneto resna stvar, ne le za kolektiv PE Trgopromet, ampak za celotno našo delovno skupnost in je še kako prav, da se podrobneje poučimo o njihovi vsebini.

Zato smo v imenu našega kolektiva zaprosili predsednika Republiškega odbora sindikata delavcev storitvenih dejavnosti JOZETA VIDICA, da nam obrazloži nekatere osnovne značilnosti samoupravnega sporazuma in tudi pove, kdaj bo sindikat dal soglasje k samoupravnemu sporazumu za dejavnost trgovine.

O ČEM SE MORAMO POGOVORITI?

Zakon o samoupravnem sporazumevanju in družbenem dogovarjanju o merilih za usmerjanje delitve dohodka in osebnih dohodkov izrecno določa, da delovni ljudje v delovnih organizacijah določajo in usklajujejo osnove in merila za delitev dohodka in osebnih dohodkov s samoupravnimi sporazumi tako, da čim dosledneje uresničujejo načela delitve po delu. V samoupravnih sporazumih se dogovorijo predvsem o naslednjem: sredstva za zadovoljevanje osebnih in skupnih potreb delavcev je potrebno uravnavati po doseženih rezultatih dela; spodbujati je potrebno interes delovnih ljudi za dobro gospodarjenje; razlike med osebnimi dohodki delavcev istih ali sorodnih izobrazbenih, kvalifikacijskih in poklicnih skupin, zaposlenih pri enakih in sorodnih delih, so predvsem odraz razlik v delovni storilnosti in tudi v delovnih razmerah; krepiti je potrebno aku-

mulativnost in reproduktivno sposobnost delovnih organizacij; spodbujati splošen družbeni razvoj in vlogo delovnih ljudi, ki jo

Novi 4 »M«

V tej številki »Mercatorja« pozdravljamo vse kolektive, ki so se med letom s svojimi organizacijami pripojili k Veletrgovini Mercator: Kolektiv PE Trgopromet Kočevje, PE Panonija Ptuj, PE Vrhnika in kolektiv nekdanjega Universal iz Idrije, ki se je združil z maloprodajno trgovino Mercatorja.

Nekatere med njimi smo obiskali v dneh, ko so se pripajali, druge pred nedavnim. Beseda je tekla o tem in onem iz življenja in dela posameznih kolektivov. Del teh razgovorov smo zapisali in na ta način želimo predstaviti vse 4 nove »sopotnike«.

imajo kot poglavitni nosilci družbene reprodukcije.

Pri sklepanju samoupravnih sporazumov o merilih za delitev dohodka in osebnih dohodkov se morajo delovne skupnosti dogovoriti:

— o spodnji ravni sredstev osebnih dohodkov;

— o merilih poslovne uspešnosti, pri čemer upoštevajo zlasti doseženi dohodek, število zaposlenih ter njihov izobrazbeni in poklicni sestav;

— o merilih ki spodbujajo prizadevanja za rast produktivnosti dela, poslovnih uspehov in ki čim bolj neposredno povezuje osebne dohodke z gibanji te rasti.

Ta merila naj zagotovijo večanje skupnih sredstev za osebne dohodke predvsem v odvisnosti od doseženih rezultatov dela, sredstva za razširitev podjetja in družbe pa v odvisnosti od rezultatov dela in poslovnih uspehov. Zato je potrebno v samoupravne sporazume vgraditi taka določila, ki bodo čim bolj spodbujala dobro gospodarjenje delovne skup-

nosti kot celote in vsakega njenega člana, posebno pa odpravljala vse tiste razlike pri osebnih dohodkih, ki ne temeljijo na rezultatih dela.

V samoupravnih sporazumih se delovni ljudje dogovorijo tudi o najnižjem in najvišjem osebnem dohodku, ki pripada delavcu za opravljeno delo v polnem delovnem času in o načinu formiranja skupnih sredstev za osebne dohodke. V sporazumu se dogovorijo tudi o merilih, po katerih določajo sredstva za skupne potrebe delavcev (sklad skupne porabe) in o merilih za določanje materialnih stroškov, kot so dnevnice, kilometrina, terenski dodatek, dodatek za ločeno življenje in podobno.

(Nadaljevanje na 2. strani)

K tej številki je priložena posebna priloga, v kateri objavljamo:

PRAVILNIK O KALU, RAZSIPU, LOMU IN KRAJI BLAGA V PRODAJALNAH

PRAVILNIK O OBLIKOVANJU PRODAJNIH CEN V PROMETU NA DEBELO IN NA DROBNO VELETRGOVINE »MERCATOR«

PO 569/1980

Smo za to?

(Nadaljevanje s 1. strani)

kot je videti. Karkoli in kakarkoli boste napisali, bomo veselili in v skladu z uredniško politiko pripravili za tisk. Poleg tega pa bomo čez čas, ko vas bo dovolj pripravili delovni sestane in se natančneje pomenili o nekaterih osnovnih vprašanih dopisovanja. Velja? Torej že v naslednjih dneh pričakujemo novice iz ... no, iz vseh 10 in 10 krajev po Sloveniji in Hrvaški, kjer delamo »mercatorjevci«.

Časopis je glasilo delovne skupnosti Mercatorja. To je napisano prav na vrhu »glave« časopisa. Ne zaradi lepšega, ampak zato, ker mora biti časopis eden osnovnih informatorjev kolektiva. Torej bi bilo prav, da bi svoj časopis ob izidu dobil v roke vsak član delovne skupnosti. Doga-ja pa se, tako pripovedujejo očividci, da obležijo svežnji »Mercatorja« v pisarnah, medtem ko odgovorni delavci ne poskrbijo za dostavo »naročniku«. Kajne, da to ni prav?

Za zaključek nam preostane še nekaj pojasnil k vsebini današnje številke. Zapolniti smo morali vrzel več mesecev, kar ni izšel časopis. Zato bodo morda nekateri prispevki časovno zastareli, a nič manj zanimivi.

— Odraž dela samoupravnih organov v podjetju so med drugimi nekateri pravilniki in drugi interni akti, o katerih je razpravljalo in jih sprejel CDS. Nekateri smo objavili v prilogi današnje številke, pojasnila k njim pa boste našli na notranjih straneh časopisa.

— Med letom se je pripojilo k Mercatorju tudi nekaj trgovskih podjetij, več poslovnih enot pa se je notranje integriralo. Tudi to je rezultat dela strokovnih služb in odločitev samoupravnih organov.

— V sliki in besedi vam bomo pokazali vse novograjene blagovnice in samopostrežnice.

— Pripravili smo vam tudi prispevke o zelo aktualnem vprašanju — o samoupravnem sporazumu o delitvi dohodka in kalkulativen osnovah za delitev osebnih dohodkov.

— V zadnjem času smo v podjetju poskrbeli tudi za »Mercatorjevo« športno ime — z našim drugoligašem.

S tem pa nismo pri kraju z vsebino današnje številke. Le prelistajte jo in tu in tam tudi kaj preberite.

Lep pozdrav

Člani uredniškega odbora

Na potezi je sindikat

(Nadaljevanje s 1. strani)

KAKO SE OBLIKUJEJO SKUPNA SREDSTVA ZA OSEBNE DOHODKE?

(Brez sklada skupne porabe)

Skupna sredstva osebnih dohodkov se po samoupravnih sporazumih sestojijo iz:

1. KOD (kalkulativnih osebnih dohodkov),
2. iz dodatkov na pogoje in težino dela,
3. iz faktorja stimulacije,
4. iz dodatkov za nadurno, nočno in delo na dan praznika in dela prostih dni.

Seštevek teh veličin predstavlja osnovo za izračun mase osebnih dohodkov. Tako ugotovljeno maso osebnih dohodkov delovni ljudje, v skladu s svojimi podjetniškimi pravilniki o delitvi osebnih dohodkov, delijo na posameznega delavca v delovni organizaciji. To poudarjam zato, ker nekateri mislijo, da samoupravni sporazum v celoti nadomešča dosedanje pravilnike.

Naj opozorim tudi na to, da morajo praviloma tista podjetja, ki imajo iz takih ali drugačnih razlogov večji dohodek na zaposlenega, izločati tudi večja sredstva za razširitev materialne osnove svojega podjetja.

Kot vidite, so v izhodiščih samoupravnega sporazumevanja vgrajeni tudi elementi usmerjanja delitve dohodka. Menim, da je to v pogojih samoupravnega socializma nujno, saj upravljamo in delamo z družbenimi sredstvi za proizvodnjo, zato se morajo leta stalno reproducirati, saj s tem zagotavljamo obstoj družbe v bodoče. Zmotna so mnenja nekaterih, češ, zakaj se moramo sporazumevati o »naših« lastnih sredstvih. V pogojih samoupravnega socializma mora biti celotna družba zainteresirana nad tem, da se danes ustvarjena sredstva ne morejo že jutri v celoti porabiti, pač pa da jih dobršen del nalagamo v razširitev podjetja in da v naprej zagotovimo možnost zaposlitve in zaslužka tudi vsem tistim, ki bodo za nami prišli v delovne organizacije.

KAKŠNA SO BILA IZHODIŠČA REPUBLIŠKEGA ODBORA SINDIKATA DELAVCEV STORITVENIH DEJAVNOSTI SLOVENIJE PRI SNOVANJU SAMOUPRAVNIH SPORAZUMOV

1. Skupna masa sredstev osebnih dohodkov, dogovorjena v samoupravnih sporazumih, ne more biti nižja, kot je bila pred uveljavitvijo sporazumov.

2. Udeležba osebnih dohodkov v nacionalnem dohodku se ne sme znižati.

3. Hitreje morajo naraščati najnižji osebni dohodki.

4. Cena živega dela mora dobiti realnejšo vrednost.

5. Ustrezno je treba ovrednotiti nadurno delo, nočno delo in delo na dan državnih praznikov in drugih dela prostih dnevih, pri čemer smo vztrajali na konkretni kvantifikaciji tega ovrednotenja.

Na osnovi teh izhodišč in izhodišč zakona ter splošnega družbenega dogovora podrobno obravnavamo vsak samoupravni sporazum. Šele na tako sestavlje-

ne samoupravne sporazume daje predsedstvo Republiškega odbora svoje soglasje.

ZAKAJ MORAJO SAMOUPRAVNI SPORAZUMI DOBITI SOGLASJE SINDIKATOV?

Izhajajoč iz dopolnjene »Ustave«, »Zakona o samoupravnem sporazumevanju in družbenem dogovarjanju o merilih za usmerjanje delitve dohodka iz osebnih dohodkov« in »Splošnega družbenega dogovora« postaja sindikalna organizacija tisti družbeni subjekt, brez katerega ni moč urejati tako pomembnih vprašanj, kot je delitev dohodka in osebnih dohodkov. Ali z drugimi besedami, sindikalna organizacija je in bo prisotna na celotnem področju reprodukcije, zato bo tudi v bodoče morala biti vprašana, kaj misli o takih ali drugačnih rešitvah na področju formiranja in delitve dohodka.

NEKATERI KRIVJO SINDIKALNO ORGANIZACIJO, DA ZAVIRA UVELJAVITEV SAMOUPRAVNIH SPORAZUMOV

Tistim, ki krivijo sindikalno organizacijo zato, da samoupravni sporazumi še niso uveljavljeni, moramo reči, da nimajo prav. Sindikati bi bili krivi tedaj, če samoupravnih sporazumov ne bi sproti obravnavali in nanje dajali svojih pripomb in predlogov v skladu z »zakonom«, s »splošnim družbenim dogovorom« in svojimi stališči. Morebitno krivdo bi kvečjemu lahko pripisovali onim, ki so neresno menili, da je samoupravno sporazumevanje nepomembno početje.

KAKO JE S SAMOUPRAVNIM SPORAZUMOM ZA DEJAVNOST TRGOVINE?

Danes, ko teče naš pogovor, 10. septembra, smo dobili od Komisije za pripravo samoupravnega sporazuma »Predlog samoupravnega sporazuma o osnovah in merilih delitve dohodka in osebnih dohodkov, s potrebno dokumentacijo«. Takoj bomo sklicali sejo predsedstva republiškega odbora, ki je po zakonu pristojen, da da soglasje na predlog samoupravnega sporazuma.

V kolikor je predlog samoupravnega sporazuma v skladu z Zakonom, splošnim družbenim dogovorom in našimi stališči, bo gotovo dobil soglasje. Povedati moram, da je Komisija za sestavo sporazuma opravila veliko delo. To delo je predvsem strokovno politično in ga ni mogoče opraviti v kratkem času. Komisijo za sestavo sporazuma je oviralo tudi površno delo nekaterih odgovornih ljudi, ki so iz posameznih delovnih organizacij dajali podatke dokaj površno, kar je imelo za posledico ponovno iskanje točnih podatkov, zaradi česar se je delo nekoliko zavleklo.

Na koncu naj povem, da je samoupravni sporazum dokončno sprejet in se ga lahko uveljavlja potem, ko ga sprejmejo delovski sveti podjetja, ko da soglasje Republiški odbor sindikata delavcev storitvenih dejavnosti Slovenije in ko ga verificira posebna komisija, ki je sestavljena iz predstavnikov izvršnega sveta, Gospodarske zbornice in Republiškega sveta Zveze sindikatov.«

Pravilnik o kalu, razsipu, lomu in kraji blaga v prodajalnah

Pravilnik o kalu, razsipu, lomu in kraji blaga v prodajalnah je sprejel CDS za podjetje kot celoto za veljavnostjo 1/I-1971. To pomeni, da se veljavnost Pravilnika nanaša na vse prodajalne Veletrgovine Mercator in se uporablja pri pregledu rezultatov poslovanja ali pa inventurah za vse prodajalne v letu 1971.

Pri izdelavi pravilnika so sodelovale enote več prodajal.

Pravilnik zajema vse rizike, kateri nastajajo s prodajo blaga v prodajalnah in sicer od prevzema blaga do prodaje potrošnikom.

V samem pravilniku so zajete prodajalne glede na možnost posameznih rizikov, kakor tudi glede na tehnologijo dela in predmet prodaje. Tako so ločeno obdelane samopostrežne prodajalne, prodajalne z mešanim blagom, tehnične prodajalne glede na predmet prodaje posameznega blaga (mesnice, mlekarne, zelenjave).

Hkrati so v materialu določeni maksimalni zneski, kateri se lahko priznajo posameznim prodajalnam v določenem obračunskem obdobju pri pregledu poslovanja ali opravljeni inventuri.

Edo Božič

Pravilnik o oblikovanju prodajnih cen v prometu na debelo in drobno veletrgovine »Mercator«

Z zakonom o oblikovanju in družbeni kontroli cen je bilo določeno, da morajo vse gospodarske organizacije sprejeti lastne pravilnike o oblikovanju cen. Centralni upravni odbor je imenoval komisijo, ki je imela nalogo, da v določenem roku pripravi tekst pravilnika. Pregledale so ga strokovne službe in vodstveni organi podjetja. O predlaganem osnutku pravilnika je razpravljalo na seji centralni upravni odbor in ga dal v dokončno potrditev centralnemu delavskemu svetu. Ta ga je sprejel na zasedanju dne 16. 7. 1970.

Pravilnik določa oblikovanje prodajnih cen samo v trgovinski dejavnosti, in sicer za trgovino na debelo in na drobno, medtem ko so proizvodne enote — Tovarna mesnih izdelkov in Emba, kakor tudi enote s storitveno dejavnostjo doizne sprejeti lastne pravilnike v skladu z njihovo dejavnostjo.

Centralni organi upravljanja so dolžni po tem pravilniku po potrditvi zaključnega računa sprejeti stopnjo razlike v ceni in politiko cen podjetja za prihodnje poslovno leto, in sicer na osnovi predloga strokovne službe podjetja, ki mora temeljiti na analizi poslovnega uspeha in zagotavljati razširjeno reprodukcijo in dolgoročno razvojno politiko podjetja.

CDS je že rekel »da«

Na podlagi zakona o samoupravnem sporazumevanju in družbenem dogovarjanju o merilih za usmerjanje delitve dohodka in osebnih dohodkov in splošnega družbenega dogovora je posebna komisija pri Poslovnem združenju za trgovino v Ljubljani pripravila predlog samoupravnega sporazuma za dejavnost trgovine SR Slovenije. O tem predlogu samoupravnega sporazuma je na 9. zasedanju, dne 5. avgusta 1971 razpravljala CDS Veletrgovine Mercator. Po temeljiti razpravi in analiziranju je CDS sprejel sklep, da se pristopi k temu sporazumu.

Na podlagi podatkov po ključnem računu za leto 1970 smo napravili izračun mase sredstev za OD po merilih samoupravnega sporazuma. Izračun je pokazal, da znaša masa sredstev za OD, v primerjavi z dejanskimi izplačili za leto 1970, za približno 22 odstotkov več, kot pa so znašala dejanska izplačila. Moramo pa povedati, da smo dobili več kot eno četrtino sredstev za OD iz dobrega poslovnega uspeha. Če pa v bodoče ne bi dosegli takega poslovnega uspeha, ali bi se ta uspeh zmanjšal, bi se čedalje bolj približevali masi sredstev za OD, ki jo dovoljuje splošni družbeni dogovor. Ta pa je približno enaka dejanskemu izplačilu v letu 1970.

Pomembna naloga samoupravnega sporazuma je med drugim urejanje razmerij v delitvi dohodka in osebnih dohodkov, oziroma zmanjševanje razlik med prejemki, ki niso utemeljeni z vloženim delom posameznika in rezultati delovne organizacije. Samoupravni sporazum izhaja iz

enakih osnov, ki jih določa splošni sporazum v višini kalkulativnih osebnih dohodkov, ti so predvsem obračunski element za izračun spodnje ravni sredstev za osebne dohodke in mase, od katere se ne plačuje prispevek. Zato ne pomenijo s samoupravnim sporazumom oblikovani KOD za posamezne obračunske skupine in dodatki za pogoje dela ter faktor stimulacije tudi že osebnih dohodkov posameznega delavca. Maso, ki jo bo dovoljeval samoupravni sporazum za OD, se bo še v naprej delilo na OD delavcev po internih aktih podjetja. Zato je napačno mišljenje nekaterih, da bo samoupravni dogovor povsem uredil notranja delitvena razmerja in da zato interni akti ne bodo več potrebni. Če je smisel družbenega dogovora v odpravljanju nekaterih nesorazmerij na področju delitve, je povsem jasno, da bodo znotraj samoupravnega sporazuma, to je v podjetju, med delovnimi mesti s podobnimi specifičnostmi, ki izhajajo iz konkretne kadrovske politike, pogojev dela, stimulacije, še obstajale znatne razlike. To bodo morali še naprej urejati interni samoupravni akti, čeprav bodo ti brez dvoma prevzeli nekatera izhodišča in kriterije ter merila iz samoupravnega sporazuma.

Potem, ko bo samoupravni sporazum v veljavi, čaka delovno skupnost še zelo odgovorno in težko delo: zasnovati si bomo morali tak pravilnik o delitvi osebnih dohodkov, ki bo kar najbolj spoštoval načela delitve po delu.

K tem vprašanjem se bomo na straneh »Mercatorja« še vračali.

Jože Čandek

Dva Mercatorjeva paviljona na velesejmu v Zagrebu

V nedeljo, 19. septembra so se zaprla vrata ene največjih gospodarskih prireditev ne samo pri nas, temveč tudi v svetu. Letošnji Zagrebški velesejem je bil močno mednarodno sejmsko tržišče, saj se ga je udeležilo 6315 razstavljalcev iz 55 držav z nad 300.000 eksponati. Struktura razstavljalcev prikazuje, da so na Zagrebškem velesejmu enakomerno prisotni predstavniki močnih ekonomskih grupacij Vzhoda in Zahoda — SEV, EZT, EFTA — visoko razvite države, kot so ZSSR, ZDA, ZR Nemčija, skoraj vse države srednje Evrope ter okrog 20 držav v razvoju iz Afrike, Azije in Latinske Amerike. Poslovna novost, ki še bolj obelodružuje značilnosti internacionalnosti Zagrebškega velesejma, to je mednarodni oziroma svetovni pomen, pa je prisotnost LR Kitajske in Albanije.

Med množico domačih razstavljalcev je seveda tudi Veletrgovina Mercator, ki tudi letos razstavlja na dveh paviljonih. V Hali I smo razstavljali živilske in galanterijske artikle ter izdelke naše O. E. Embe. Okusno urejen razstavljalni prostor je bil vedno poln poslovnih mož kot tudi tistih, ki so radi prišli na skodelico kave

Mercator. Mimogrede naj povem to, da je bil naš paviljon zelo popularen in si je pridobil sloves po odlični Mercator kavi. Sicer pa gre za sluzaga tudi arhitektu in aranžerjem, ki so naš razstavljalni prostor res okusno uredili, kajti prav naš paviljon je prišel v ožji izbor za najlepši razstavljalni prostor na ZV.

V veliki hali poslovnega združenja za trgovino in gostinstvo pa je naš drugi razstavljalni prostor Investe. Tu je bilo veliko zanimanja za razno opremo za trgovino, gostinstvo in druge storitve Investe.

Kot zanimivost naj povem še to, da bo ta paviljon odprt prek vsega leta kot stalna razstava Poslovnega združenja za trgovino in gostinstvo. V posebni pisarni pa lahko postrežejo z informacijami in prospekti vseh razstavljalcev.

Mile Bitenc



V slovo Viktorju Logarju

Tako nenadoma je ugasnil, da še vedno ne moremo prav dojeti velike izgube in praznine, ki je nastala v naši delovni skupnosti. Na hodnikih, v pisarnah, med sodelavci in poslovnimi prijatelji pogrešamo njegov smeh, vedrino, humor,



ki ga je tako radodarno razdajal med nas. Zazevala sta molk in praznina. Izgubili smo dobrega sodelavca, vodstvenega delavca, prijatelja in tovariša.

Trinajst let, v Mercatorjevi poslovni zgodovini najbolj ustvarjalnih let, je delil z nami Veliko je prispeval k poslovnemu razvoju podjetja, rasti in njegovemu ugledu. Po prvih integracijah je bil prvi predsednik centralnega delavskega sveta, dolgoletni funkcionar v osrednjih organih upravljanja in žel veliko zaupanje med člani kolektiva. Kot zavesten, dolgoletni član Zveze komunistov in aktivist v sindikalni organizaciji, je vselej bil zagovornik poštenih medsebojnih odnosov, čimvečje solidarnosti in vsestranske krepitve današnje in jutrišnje poslovne moči podjetja. Ustvariti tako vzdušje v podjetju, kjer bodo posamezni kolektivi sposobni podrežati se drug drugemu, spoštovati interese drug drugega, spremljati odločitve, ki bodo v prid celotni

delovni skupnosti, ni bila lahka naloga in vendar so jo organi upravljanja pod njegovim vodstvom zrelo, preudarno, pošteno opravljali.

Zaslug za to si ni lastil. Vselej je poudarjal, da ni ničesar mogoče storiti brez in mimo kolektiva. V glasilo Mercator je na predvečer 15-letnice obstoja podjetja zapisal:

»Opravili smo veliko delo. Povečali smo podjetje in že se dogovarjamo za nove integracije. Samoupravni organi doživljajo potrditev za svojo poslovno politiko. To je vsekakor zasluga vsega kolektiva, ki je s strokovnostjo in veliko delovno disciplino obvladal nov položaj. Glede na dosežene uspehe je zato lahko vsak član kolektiva ponosen na opravljeno delo in to tembolj, ker je to delo plod nesebičnega prizadevanja celotnega kolektiva. Dokazali smo, da je mogoče s trdim in načrtnim delom storiti mnogo.«

Te njegove besede so danes še prav tako žive, saj je bil priča naglemu razvoju podjetja in ob njegovem najvišjem vzponu vodil oddelek, ki je prav po njegovi zaslugi dosegel današnje dimenzije, dobre poslovne rezultate in navezal na naše podjetje številne dobre poslovne partnerje papirno-grafične industrije.

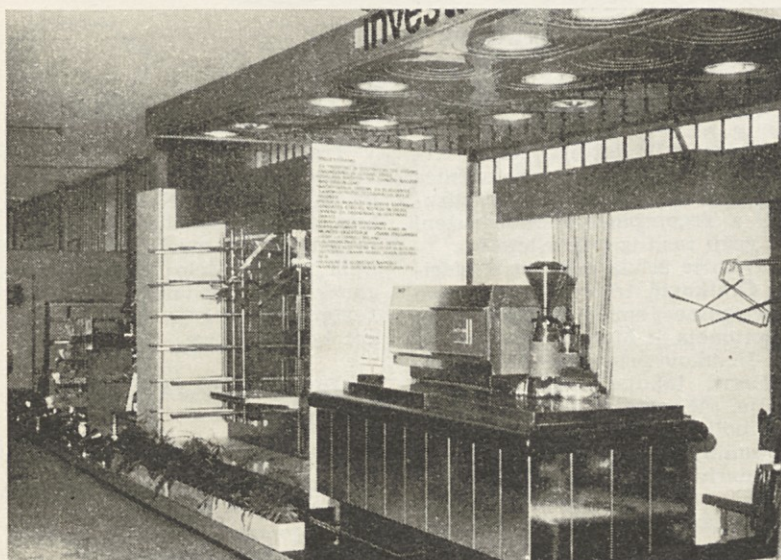
Neizmerno nas prizadeva, da nas je zapustil v trenutku, ko bodo sadovi naših dolgoletnih naporov vse bolj obilni.

Globoko sočustvujemo z njegovo življenjsko tovarišico, članico našega kolektiva in ji izrekamo iskreno sožalje za zagotovilo, da ji bomo skušali kot dobri tovariši lajšati bolečino ob nenadomestljivi izgubi.

Nepravilno se nam zdi, da je smrt pretrgala tako zgodaj bogato življenje tovariša Logarja, ko bi mogel s svojimi izkušnjami, znanjem in smislom za tovarištvo, še tako obilno nadaljevati delo v podjetju in na drugih področjih javnega življenja.

Slava njegovemu spominu!

Marjan Pogačnik



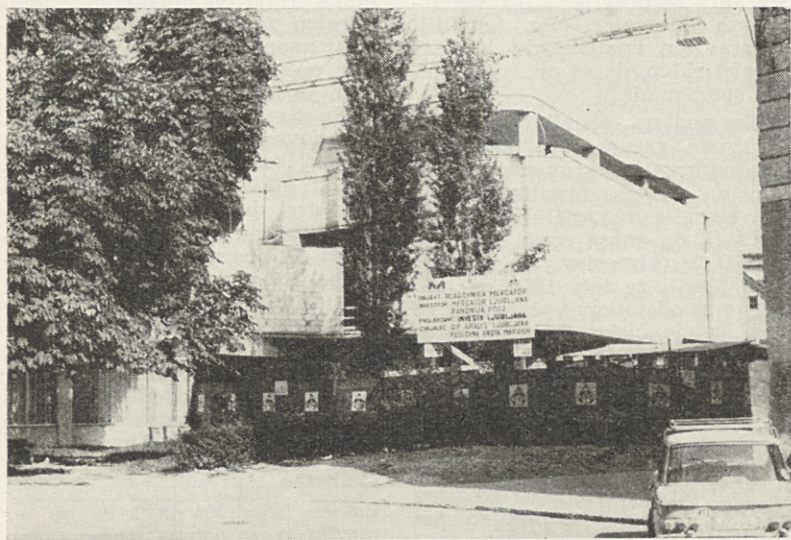
Del razstavnega prostora Investe na Zagrebškem velesejmu

V PE PANONIJA SO REKLI

V današnjem času so integracije nujnost

Obrnilo se je leto, kar se je Mercatorjevi veliki družini pridružil nov član — nekdanje trgovsko podjetje Panonija iz Ptujja. Bilo je sredi lanskega leta, ki bo tudi sicer zapisano v domači kroniki kot leto nekaterih uspeš-

govnici, zgradili skladiščne prostore in drugo, je nas mlade seveda najbolj zanimala veličina Mercatorja, trgovskega podjetja z nekaj sto prodajalnami, z ugledom in torej s stoterimi možnostmi za zaposlitev in možnostmi za



Nova blagovnica »M« v Ptujju je že pod streho

nih integracij s podjetji na različnih koncih Slovenije in leto zelo plodnih poslovnih uspehov.

Tiste dni, ko je duh po referendumu še poln iz oči v Panoniji, smo se tamkaj pogovarjali z nekaterimi člani kolektiva o tem in onem iz njihovega samoupravnega in poslovnega življenja. Med pogovorom nas je grel podatek, da se je kar 92 odstotkov delavcev Panonije izreklo za pripojitev k Veletrgovini Mercator.

To bi lahko ocenili kot dokaz velike enotnosti kolektiva in visoke samoupravljavske zavesti. Toda tudi za Ptujčane ta enotnost in zavest nista sama po sebi umevna, ampak plod dolgotrajnih skupnih odkritih pogovorov v kolektivu. Zato ni prav nič nenavadno, da, denimo prodajalec v konfekciji, ve o trenutnem položaju enote in o njenem nadaljnjem razvoju toliko kot direktor. To je zasluga vodstva enote, na čelu z direktorjem Brankom Gorjupom in samoupravnih organov.

Prisluhnimo, kaj nam je tedaj dejal **Bojan Orovič**, učenec 3. letnika trgovske šole (sedaj je prav gotovo že trgovski pomočnik!), v poslovalnici »Oblačila«.

»V današnjem času so integracije nujnost, ne zaradi »mode« po združevanju, ampak ker je vsakomur jasno, da ima večje podjetje boljše razvojne možnosti, kolektivi lepšo prihodnost zaradi večje poslovnosti in zato tudi boljše priložnost za zvišanje osebnega in družbenega standarda.

Učenci smo imeli v okviru mladinske organizacije poseben sestanek v zvezi z integracijo. Vodilni upravni in samoupravni delavci v podjetju so nam povedali, kaj bomo z integracijo z Veletrgovino Mercator pridobili.

Poleg tega, da bomo lahko s skupnimi močmi v doglednem času uresničili načrte o novi bla-

spoznavanje moderne tehnike prodaje.«

Tako **Bojan Orovič**, eden izmed 150 najmlajših članov kolektiva, skupno šteje kolektiv 400 članov.

In preden damo besedo naslednjemu sobesedniku, še nekaj podatkov iz Panonijine osebne izkaznice:

— v PE Panonija se ukvarjajo z detajlistično in grosistično dejavnostjo;

— imajo 44 poslovalnic, od tega 13 v mestu Ptujju, druga na podeželju;

— lani so ustvarili 142.162.000 realizacije, letos v prvem polletju pa 81.680.000 din, brez prometnega davka.

Povrnimo se k razgovoru z nekaterimi člani kolektiva.

Stanko Vinkler, tedanji predsednik DS in poslovodja poslovalnice »Kemikalije«, pripoveduje iz sej DS:

»Nekaj sej DS smo posvetili vprašanju integracije. Velikokrat nas je bolela glava, ko se nismo uspeli sporazumeti ptujski trgovci med seboj. Vsakdo pa je vedel, da sami uspešno ne moremo dalje. Seveda, sprva se nismo takoj ogreli za novega partnerja, saj se nam je podilo po glavi sto pomislekov o naših nadaljnjih samoupravnih pravicah, samostojnosti, morebitnih prestižnih namenih večjega partnerja.«

Podobne dnevne rede so imeli seveda tudi na sejah UO. **Zvonko Pišek**, predsednik takratnega UO in poslovodja v Železnini je rekel:

»Misliti smo morali na bodočnost Panonije. Imeli smo dva osnovna vzroka, da smo si iskali partnerja: investicije in večja poslovna moč ptujске trgovine.

Dobro smo storili, da smo si poiskali za partnerja sorodno večjo firmo. Seznanili smo se z rezultati Veletrgovine Mercator.

Poizvedovali smo po izkušnjah drugih kolektivov, ki so se pripojili k Mercatorju. Informacije so bile ugodne in z lažjim srcem smo se odločili za Mercatorja.«

Ustavimo se za trenutek še ob osrednjem vprašanju: kaj sta si pred integracijo obljubila Panonija in Mercator, na katerih osnovah sta spletna skupno zvezo?

Začnimo pri Mercatorju:

Tokrat ne gre le za prodor v novo komuno, ampak predvsem na novo področje v severovzhodni Sloveniji. Vsak trgovec pa ve, kaj pomeni taka širitev tržišča.

In Panonija?

Tu je seznam pridobitev daljši, vendar zagadelj ni potrebno

imeti občutka podrejenega partnerstva.

V »prvem krogu« gre za dve osrednji investiciji: izgradnja nove blagovnice s 3800 kv. m. in prva faza izgradnje skladišča v izmeri 5000 kv. m. Seveda se na to verigo nikoli še novi člani v obliki adaptacij in tudi nekaterih novogradenj.

Blagovnica je trenutno najbolj markanten objekt v gradnji.

Kaj pa je še sicer po enem letu novega v Ptujju?

Vprašanje smo pripravili za Branka Gorjupa, direktorja poslovne enote. Žal pa ga nismo uspeli »ujeti«. Zato bomo njegov odgovor objavili v naslednji številki glasila Mercator.

VRHNIKA, NAJMLAJŠI PARTNER:

V korak s časom

Na »vhodu« v Vrhniko z ljubljanske strani, je na levi že videti široko traso za novo avtocesto, ki bo stekla proti Razdrtemu. Napovedujejo, da se bomo vozili po njej že prihodno jesen. Ta dan sicer vsi težko čakamo, čeprav mnoge le enkrat na leto zanese pot proti morju. Samo zaradi tega pa tokrat le ne bi pisali o novi avtocesti, če Mercatorja ne bi ta moderen objekt vključil v program izgradnje »sporednih« objektov — motelov, trgovskih centrov, črpalk, restavracij, vsega tistega, kar je pika na i ekonomskim vrednostim tako velike investicije.

»Na vrhniški »deteljci«, priložku na avtocesto, bo nastal nov trgovski center Mercatorjeve PE Vrhnika,« sta pripovedovala direktor **Drago Mikulan** in računovodkinja **Marica Dobnik**.

»Tak objekt mora zgraditi vrhniška občina, vendar je njena trgovina le prešibka, da bi zmogla sama tolikšen zalogaj. To nas je pripeljalo v Mercator in seveda prepričanje, da je mogoče v velikem podjetju veliko več storiti za razvoj trgovine v občini, racionalneje poslovati in pridobiti še mnoge druge prednosti, ki jih zmore in lahko izkoristi v prid boljšemu gospodarjenju veliko podjetje.«

Na Vrhniki upravičeno poudarjajo, da k Mercatorju niso prišli praznih rok.

»Lani je ustvarilo približno 100 zaposlenih 34 milijonov N din pro-

meta v 25 prodajalnah in v grosistični dejavnosti. V zadnjih letih pa smo privarčevali več kot dva in pol milijona sredstev za investicijsko izgradnjo. To je veliko za 100-članski kolektiv in premalo za vsako resnejšo nalozbo, v našem primeru za trgovski center ob avtocesti.«

Na Vrhniki poudarjajo, da so se pripojili k Mercatorju v času, ko so bili v najboljši »poslovni formi«. To daje integraciji bogatejši zven, večjo ekonomsko vrednost. Pod skupno streho poslujejo šele dober mesec, torej prekratek čas, da bi mogli ocenjevati prve skupne korake in vse dimenzije integracije. »Nekaj pa je v tem trenutku le mogoče reči,« sta poudarila direktor in računovodkinja:

»Vrhnika je vse bolj predmestje Ljubljane. Tisoč občanov se vozi na delo v Ljubljano, v sezoni se ustavi v mestu tudi po 35 avtomobilov, nesluten promet bo navrgla nova avtocesta. Vse to nas opozarja, da je še kako vredno osposobiti trgovino za že obstoječo kupno moč domačega prebivalstva in za prometni »bum«, ki ga bo nedvomno povročila avtocesta.«

V naslednjih tednih bo PE Vrhnika bogatejša za nove trgovine na Logu, Drenovem griču in Borovnici. V Borovnici bodo obnovili obstoječe trgovske prostore v samopostrežno trgovino z bifejem in skladiščem.

REFREN V PE TRGOPROMET

Več tesnejših stikov

»Leta 1959, torej pred 12 leti, sem bila še trgovska pomočnica pri zadruzi. Tedaj smo se združili s Trgoprometom in združeni — večji rasli iz leta v leto.«

Tako je želela ponazoriti **Marija Cvetkovič**, trgovska pomočnica »Železnine«, smisel pripojitve Trgoprometa k Mercatorju.

»Učinkov pripojitve ni mogoče izmeriti takoj,« sva razmišljali dalje. »V začetku se ti zdi, da ni nič boljše, nič slabše, da se nič ne spreminja, čez nekaj časa pa jih vendarle zaznaš, ne da bi gledal v računovodske podatke in druga ponazorila o poslovnem uspehu.«

Kočevski Trgopromet se je lani na pomlad priključil Mercatorju.

V Trgoprometu pravijo, da se je z »ženitvijo« mudilo, ker je bila na poti Na-ma. Njena trgovska hiša da bo zasenčila Trgoprometovo trgovsko mrežo in jim speljala kupce. Zelo verjetna prognoza pa se vendarle ni izpolnila. Trgopromet trguje bolj uspešno kot kdajkoli prej.

ČIMPREJ ODTAJATI OSEBNE DOHODKE

»V I. polletju smo ustvarili za 34 odstotkov več prometa kot smo načrtovali. Za letos smo planirali 78 milijonov N din,« je povedal direktor **Jože Berlan**.

(Nadaljevanje na 5. strani)

(Nadaljevanje s 4. strani)

»Velik del teh uspehov lahko pripišemo preplahu okoli cen in izredni konjunkturi. Toda tak promet so naši delavci ustvarili z večjimi fizičnimi napori, za kar pa jih ne moremo ustrezno nagraditi. V minulem letu smo ime-

meta je seznanjen z zakonskimi predpisi, ve, da »zadržani« denar ni izgubljen. In ko ga bo mogoče izplačati, potem se, po pripovedovanju sobesednikov, ne bodo mogli pritoževati nad višino osebnih dohodkov. Tako je naglasila tovarišica Cvetkovičeva,

»Povsod soglašam,« je dejal, »da v trgovini niso takoj vidni učinki integracije. Poleg tega smo bili tudi ob pripadanju malce nerodni in se nismo dogovorili za razvojni program enote, ker ga pač v Trgoprometu nismo pripravili.«

To sta ugotovila predsednik UO Viktor Butala in direktor Berlan.

INTEGRACIJA MORA RODITI PRAKTIČNE UČINKE

Tone Selan pa je dalje razmišljal: »Integracija ni administrativna akcija, ampak živ proces, ki mora roditi praktične učinke. Za to si moramo prizadevati vsi. Samo od zaposlenih delavcev, nekaterih bolj, drugih manj, pač glede na delovne dolžnosti je odvisno, kako bomo napredovali. Osebnostno mislim, da bi morali poskrbeti za čim tesnejše stike zlasti na področju komerciale, pripraviti osebna srečanja, na primer poslovdij, izmenjavati obiske kolektivov. Tako bi se lahko neposredno pogovorili in spoznali delo drugega in slednjič nedvomno ugotovili, da imamo podobne interese, da nas družijo skupna želja — čim boljše izkoristiti prednosti velike trgovske hiše. Tako bi se tudi znebili občutka, ki nas bolj oddaljene od Ljubljane kdaj pa kdaj obide, da smo preveč odtргani od celote.«

Podobno je tekel pogovor tudi pri direktorju Berlanu. Želel bi, da bi se PE Trgopromet še hitre-

je razvijala, toda za to bi bila potrebna znatnejša sredstva:

»Letno bi morali nameniti od milijon do milijon in pol novih dinarjev sredstev za novogradnje in adaptacije. Obnoviti bi morali zlasti podeželske trgovine, ki nimajo ponekod najosnovnejših pogojev za sodobno poslovanje. Poslovdije in trgovski pomočniki delajo v takih trgovinah v zelo težkih razmerah. Priročna skladišča so premajhna, zato je potrebno vsak kilogram prenesti iz bolj ali manj oddaljenih sosednjih stavb.«

Ti problemi ne izvirajo od danes, so že starejšega datuma in bi bili še hujši, če jih kolektiv Trgoprometa z varčnim gospodarjenjem ne bi odpravljaj, v mejah možnosti, že prej. Tako so v zadnjem desetletju zgradili blizu 3000 kv. m. skladiščnih prostorov, 6 garaž in nekaj trgovin. Skupno imajo 32 prodajaln.

V PE je zaposlenih 194 delavcev in 61 učencev. Veliko pozornost posvečajo izobraževanju že zaposlenih. V minulem letu so, po pripovedovanju direktorja Berlana, izločili za izobraževanje 60 tisoč novih dinarjev sredstev in s tem omogočili 14 zaposlenim šolanje na dislociranem oddelku komercialne šole. Za nagrade učencev so porabili 150.000 novih dinarjev.

»Kljub takim naložbam in skrbi za kadre,« je dejal tovariš direktor, »ostajajo kadrovske težave (Nadaljevanje na 6. strani)



Razglednica iz Kočevja: upravna stavba PE Trgoprometa

li razmeroma nizke osebne dohodke, v povprečju 1370 din in po predpisih jih letos nismo mogli zvišati skladno z rastočim prometom. Vsi nestrpnost čakamo na samoupravni sporazum in na »odmrznitev« osebnih dohodkov.«
Delovni kolektiv PE Trgopro-

tako je rekla Fani Lindič, trgovska pomočnica v Obutvi, tako je povedal Tone Selan, predsednik DS in poslovdija v Manufakturi.
S tovarišem Selanom sva se, glede na njegovo funkcijo, pomenila še o tem in onem iz Trgoprometa.

TRGOVSKA MREŽA VELETRGOVINE MERCATOR V SR SLOVENIJI



(Nadaljevanje s 5. strani)

ve dalje, ker trgovina še vedno ne privlačuje mladih ljudi. Raje odhajajo v delovne organizacije,

kjer imajo boljše delovne razmere. Urejen strnjen delovni čas in slednjič tudi boljše osebne dohodke.«

NOVA MODERNA BLAGOVNICA

Velika pridobitev za Idrijo

Izjemna je arhitektura idrijske blagovnice. S svojo moderno obliko, kovinsko fasado, je čudovit okras razvijajoči se Idriji prav zato, ker je tako domiselno podrejena njenemu specifičnemu bogastvu — rudniku živega srebra.

Zapusti globok vtis, še posebno potem, ko preveriš njeno funkcijo, njen poslovnih ritem. Z bifejem, spominkarskim oddelkom, samopostrežnim prehrabnim oddelkom, kozmetičnim, tehničnim, manufakturnim oddelkom in slednjič s prijaznim, podjetnim prodajnim kadrom bi jo lahko postavili v katerokoli večje naše poslovno središče.

Mercator je upravičeno lahko ponosen na idrijsko blagovnico in zadovoljen z naložbo, četudi je terjala lep del investicijskih sredstev.

In prav zaradi vsega tega še danes nisem prepričana, če sem prav razumela nejevoljo Franca Skoka, direktorja nekdanjega Univerzala in Slavka Šulgaja, vodje komerciale, češ da Mercator razen blagovnice ni v enem letu, kar sodi Univerzal k Mercatorjevemu detajlu, ničesar storil za Idrijo. Ob tej ugotovitvi pa sta hkrati našla dolga seznam adaptacij, novogradenj, gradnje novega skladišča ter pohištvenega salona, kar vse bi zahtevalo veliko sredstev, po njunem mnenju več, kot bi jih Univerzal mogel ustvariti, a še vedno manj, kot je veljala blagovnica.

Nihče ne dvomi v potrebo po vseh teh objektih. Toda veliko bolj objektivno zveni sodba vseh tistih sobesednikov, ki so dejali: »Podjetje je veliko, vsakdo ima svoje interese in svoje zahteve in prav zato bi jih morali po pameti usklajati, ker se je pač mogoče samo tako pokriti, kot je dolga odeja.«

Alojz Žgavec, poslovodja samopostrežnice in namestnik upravnika blagovnice, je zato menil: »Integracijo moramo oceniti pozitivno. Samostojni Univerzal niti finančno niti kadrovsko ne bi mogel napredovati. Vsi pa se moramo zavedati, da se v tako velikem podjetju moramo podrežati drug drugemu, znati presoditi, kaj je mogoče in česa ni mogoče storiti, biti sposobni usklajati posamezne interese in znati ceniti uspehe.

V novi blagovnici poslujemo od konca junija letos. Dosegamo predvideni promet, približno 2 milijona novih dinarjev mesečno. Z osebnimi dohodki smo lahko zadovoljni, pogrešamo pa nagrajevanje po učinku.«

Ena izmed prodajalk, ki se je prav ta trenutek vključila v pogovor, je tovariša Žgavca dopolnila: »Predvsem čutimo potrebo po večjih razlikah v osebnih dohodkih med tistimi, ki so komaj stopile za prodajni pult in onimi, ki že več let prodajamo.«

V pogovor smo vpletli **Angelo Klemenčič**, mlajšo trgovsko pomočnico. Zadovoljna je z osebnimi dohodki in delovnimi razmerami, še posebno pa jo navdušuje

nova blagovnica: »Idrija je mnogo pridobila z novo blagovnico, izbira je večja, lažje je zadovoljevati potrošnika, in to pomeni pravzaprav največ v odnosu med trgovino in občani.

Jožica Brus, vodja oddelka železnine, pa je menila: »Veliko podjetje ima veliko večje razvojne možnosti. Nova blagovnica je pomembna pridobitev za Idrijo. Na enem mestu je mogoče vse kupiti. Iz blagovnice pa lahko še več storimo z vztrajno, potrpežljivo vzgojo potrošnika za nakupovanje v moderni trgovini. To je naloga prodajnega kadra. S pravnimi kontakti moramo ustvariti v trgovini domačnost. Idrija ima namreč sorazmerno kratko tradicijo s samopostrežnim načinom prodaje. Do izgradnje blagovnice smo imeli le samopostrežne trgovine s prehrabnimi artikli.

Moderna trgovina pa je še posebej neprecenljive vrednosti za nas trgovce. Z večjim prometom je lažje urediti osebne dohodke, v modernih prostorih pa ustvariti najboljše delovne razmere. In prav večjo skrb za delovnega človeka občutimo v Mercatorju.«

Krvodajalska akcija

11. oktobra se bomo člani delovne skupnosti Mercator, ki delamo na območju Ljubljane, udeležili krvodajalske akcije.

Pozivamo vse zdrave člane kolektiva, da sodelujejo v tem človekoljubnem dejanju, ki je najboljši odraz človeške solidarnosti.

Prijave pošljite do 6. oktobra na naslov:

Veletrgovina Mercator, splošni sektor, 61 000 Ljubljana, Aškerčeva 3.



Nagradno žrebanje v Velenju

Dne 10. septembra je bilo v marketu Gorenje-Mercator v Velenju žrebanje, ki smo ga napovedali ob otvoritvi marketa. Vsak kupec, ki je nakupil blaga v vrednosti nad 100 dinarjev v enem nakupu, tako v samopostrežbi z živili kot v tehničnem oddelku marketa, je prejel potrdilo o vrednosti nakupa na oštevilčenem paragonškem bloku. Kopije teh paragonških blokov so šle v žrebni »boba«, bolje rečeno, v globoko škatlo, iz katere je Jakovljevičeva Simonca »delila srečo«.

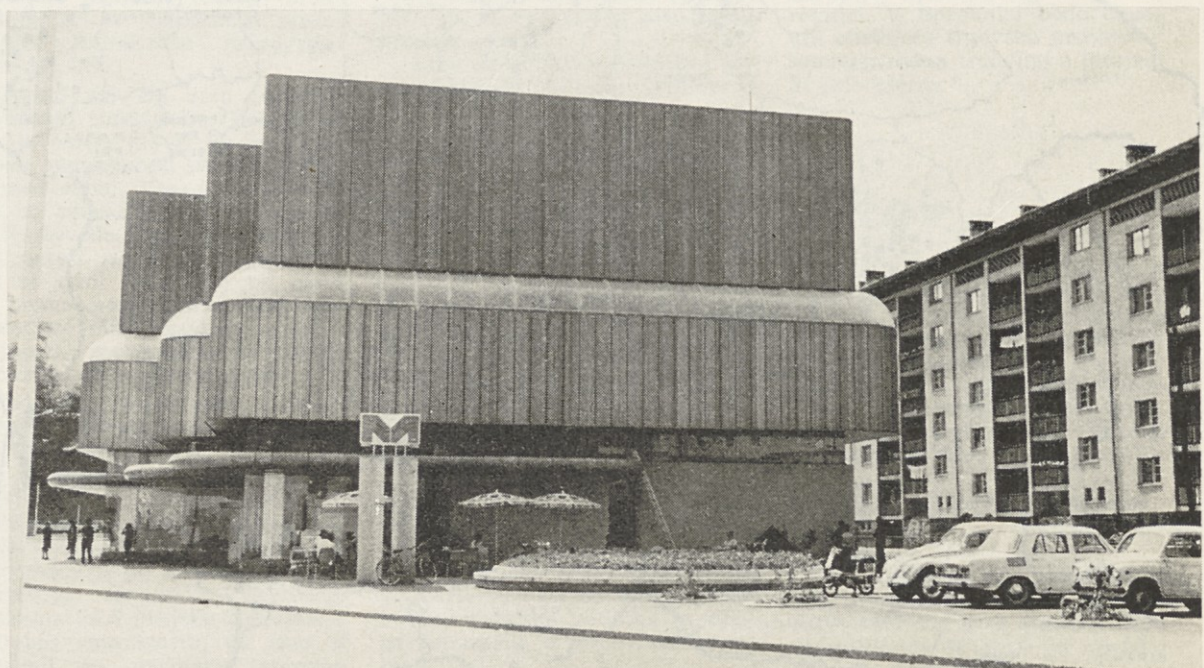
Izžrebanih je bilo 47 dobitkov v skupni vrednosti nad 4.500 dinarjev. Večina nagrad je, razumljivo, ostala v Velenju. Zanimivo pa je, da je sreča kot nalašč, posegla še med kupce izven Velenja. Sla je skozi Celje v Sempeter in prek Domžal še v Ljubljano. Tako je na primer Ljubljčan, ki se je napotil kupovat v Velenje moderno kuhinjo Gorenje v oranžni barvi (v Ljubljani je v tej barvi ni uspel dobiti), zadel na žrebanju še h kuhinji spadajočo stensko tehtnico, eno od desetih, ki jih je za žreb naklonila tovarna Gorenje. In tovarišica, ki je kupila v marketu sodoben mikser tovarne Gorenje, je na srečo prejela eno izmed številnih Mercatorjevih košar s priboljški, od katerih ji bodo prenekateri kot nalašč za miksanje coctile!

Darila so našla pot med potrošnike, ki so zaposleni v Gorenju, v RSC, v rudniku lignita in kot smo že omenili, tudi med take, ki so prišli nakupovat v naš market tudi od daleč — predvsem po tehnične izdelke iz programa tovarne Gorenje. Včasih je tudi sreča pravična in zanimivo porazdeljena! Tokrat je bila.

Darila za žrebanje so prispevali: Tovarna gospodinjske opreme Gorenje, Mercator, Zito, Slovenija vino, Ilirija, Krka Novo mesto ter časopisno založniški podjetji Delo in Dnevnik.

Modernemu propagandnemu imparativu: skrbite, da se tudi na prodajnem mestu nekaj zanimivega dogaja, je bilo uspešno zadoščeno. Javnega žrebanja so se udeležili mnogi delavci in delavke iz tovarne, v odmoru za malico. Naslednji dan je bil poln prijetnih srečanj z dobitki izžrebanih nagrad. »Se kakšno žrebanje pripravite,« so bili številni predlogi. »Saj ne za to, da bi bil potreben česa, le fletno je, ko je okrog tega kar nekaj zabave!«

A. V.



Izjemna arhitektura idrijske blagovnice je delo arhitektov in drugih strokovnjakov naše Investe



JOŽICA VLAHOVIČ: Želela sem postati vzgojiteljica pa ni bilo denarja. Pet let je kar dolgo.



MARINKA TRŠELIČ: V mesnicah dekleta prodajamo samo delikatese.



DANICA HAUPTMAN: Nisem alergična na razne ostre vonjave pri nas.

7 mini intervjujev

FOTOGRAFIJE:
KANCIJAN HVASTJA



OSTOJA TRKULJA: S športom se ukvarjam. Sem desno krilo pri Mercatorjevem sindikalnem nogometnem klubu.



DRAGO HUDNIK: V osmem razredu mi sošolci sploh niso verjeli, da sem se odločil za mesarski poklic.



ANDREJ PONGRAČIČ: Imam TSS. V kratkem bom šel na tečaj za hladilne naprave.



STANE ŽAUBI: Med mercatorjevci sploh ni kontakta. Morali bi najti neko obliko sodelovanja!

V NAŠEM KOLEKTIVU JE BLIZU 4500 ZAPOSLENIH, OD TEGA JE KAR DOBRA ŠESTINA VAJENCEV

Naprej v šolo

Te dni sem se pogovarjala z nekaterimi od njih. Ugotovila sem, da naši mladi ljudje vse premalo vedo o svojem podjetju, da želijo imeti več medsebojnih stikov in ne nazadnje, da so zainteresirani za nadaljnje šolanje.

Najprej sem se oglasila v PE Hladilnica. V tem 38-članskem kolektivu vajencev nimajo, toda vseeno sem želela stika s kakšnim mladim človekom. Spoznala sem jih kar vse, tri fante, ki delajo na različnih delovnih mestih. Andrej je vzdrževalec hladilnih naprav, Stane strojnik kompresorske postaje, Ostoja pa je skladiščeni delavec. Vsi so si edini, da se kljub težjim delovnim pogojem, saj se gibljejo v prostorih od 0 do 40° C, na svojem delovnem mestu ne srečujejo s tehnimi problemi, o katerih bi bilo vredno govoriti.

HUDNIK DRAGO je vajenec pri Tovarni mesnih izdelkov. Odločil se je za mesarski poklic in z odličnim uspehom končal drugi letnik. Naslednje dni ga je čakal še praktični izpit, ki pa ga je, v kar sem prepričana, tudi z odlično opravil. Pred njim je še eno leto učne dobe, vendar se bo fant kmalu odpravil v Maribor na

dveletno tehnično šolo mesarske stroke. Podjetje mu je odobrilo 600 din štipendije. Fant bo morda poskusil tudi na univerzo, ampak to je še daleč.

V prodajalni na Miklošičevi 17 sva se pomenila tudi s TRŠELIČ MARINKO, učenko 2. letnika trgovske šole za živilsko stroko. Doma je s Krškega. Povedala mi je, da zelo rada prodaja, toda kljub temu bi želela po končani trgovski šoli nadaljevati šolanje na dveletni komercialni.

Kot v Hladilnici tudi v Embi ne zaposlujejo vajencev. Da ne bi odšla praznih rok, kot temu pravimo, sem se seznanila z 22-letno pakovalko HAUPTMAN DANICO, ki je tu zaposlena že od 15. leta. Na svojem delovnem mestu je zadovoljna, zdi se ji pestro in v teh letih je imela možnost napredovanja. Dela samo v dopoldanskem turnusu, ker zaradi večje oddaljenosti bivanja izven Ljubljane ne bi mogla tudi popoldne.

Naš potrošniški center v Savskem naselju bo kmalu nared. Kupci pa tudi prodajalci bodo veseli še enkrat večje površine, kajti prejšnja trgovina je bila kar premajhna za tolikšno število

Savčanov. Tam sem srečala VLAHOVIČ JOŽICO, ki je letos končala 1. letnik trgovske šole. Stika z mladimi ima zelo malo, zato bi bila kar vesela, če bi se mladi shajali prek mladinske organizacije. Ko bo postala pomočnica, bi rada odšla domov v Metliko in se tam zaposlila, še raje pa bi se vpisala na komercialno šolo. Se-

veda, zadnja želja je precej odvisna od finančnih sredstev, ki bi jih Jožici starši težko omogočili.

Svoje potepanje sem končala pri enoti Kavarna Evropa. »Najstnikov« tam ni, kajti Evropa je lokal, ki je odprt do druge ure zjutraj, ta delovni čas pa je sploh neprimeren za mladino.

Nada Lombardo



Novi reklamni panoji na vpadnicah vabijo k Mercatorju: »Pri Mercatorju dobite vse!«



Mercatorjeve novogradnje



Market Gorenje — Mercator, detajl, odprt 16. 8. 1971.

Blagovnica v Trzinu — PE Preskrba Trzin, odprta 2. 4. 1971; pribl. 1200 m² prodajnega prostora, približno 300 m² skladišnega prostora.

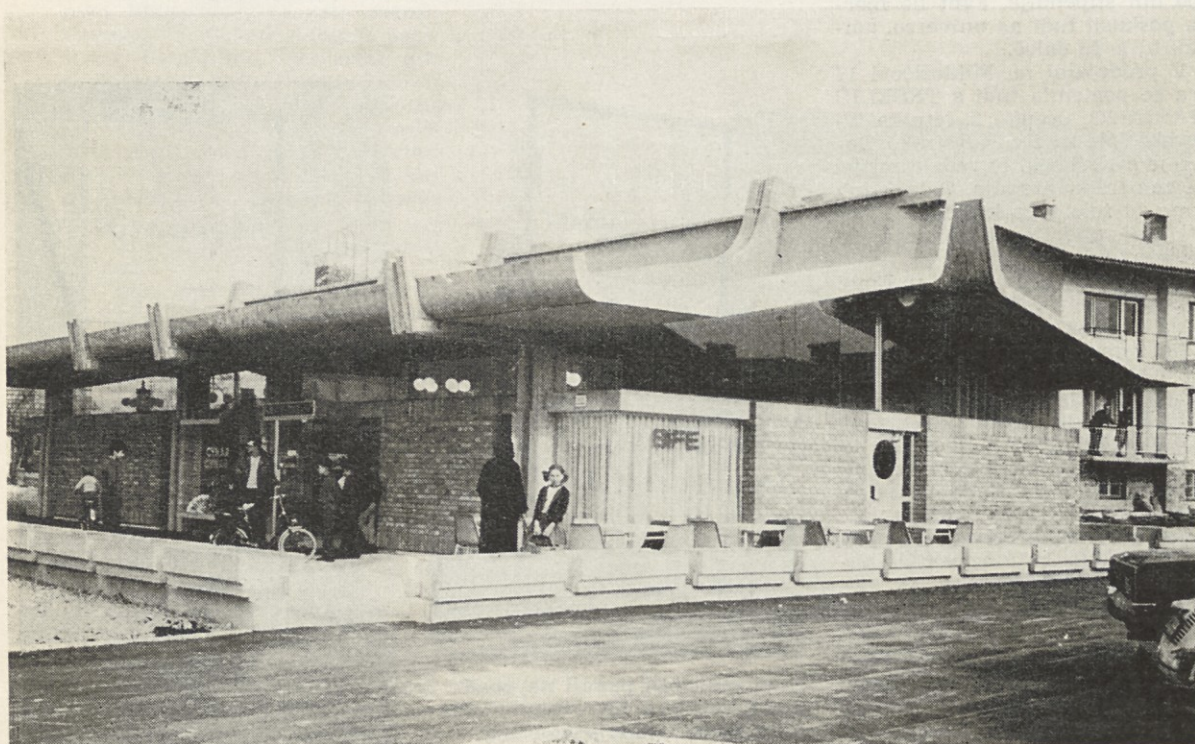


Mercatorjeve novogradnje

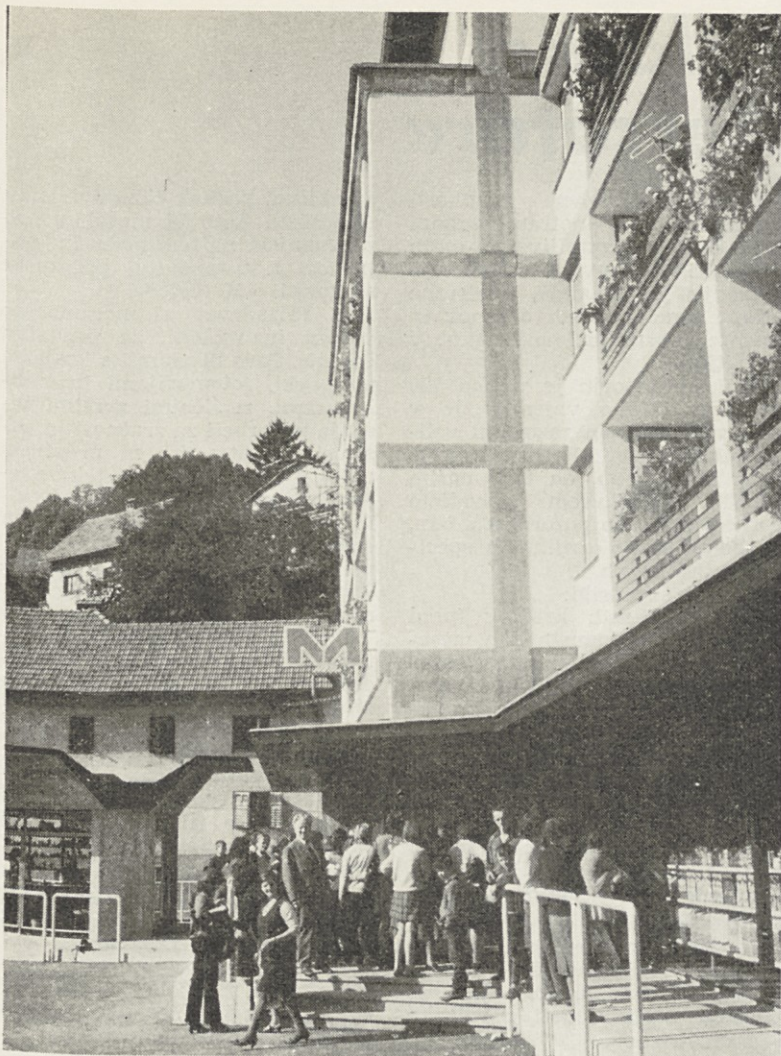
Mercatorjeve novogradnje



Samopostrežna trgovina z bifejem v Novem mestu — PE »Standard«, odprta 14. 10. 1970; 339 m² prodajne površine, 392 m² skladišnega prostora.



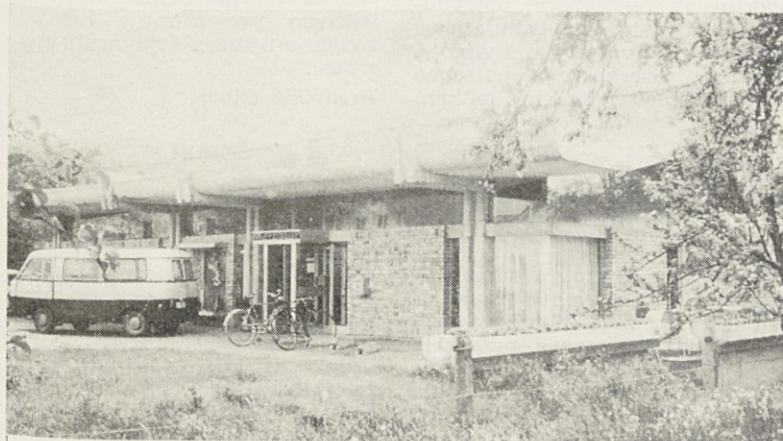
Samopostrežna trgovina z bifejem na Cesti na Brdo — PE Rožnik, odprta 17. 4. 1971; 135 m² prodajne površine, 84 kvadratnih metrov skladišnih prostorov.



Blagovnica v Idriji — detajl, odprta 25. 7. 1971, približno 1600 m² prodajne površine, 730 m² skladiščnega prostora.

Samopostrežna trgovina z bifejem v Cerknem — detajl, odprta 9. 10. 1970; 200 m² prodajne površine, 150 m² skladiščnega prostora.

Samopostrežna trgovina v Dcmžalah z bifejem — detajl, odprta 7. 12. 1970; 180 m² prodajne površine, 110 m² skladiščnega prostora.



Samopostrežna trgovina v Zadvoru z bifejem — detajl, odprta 26. 2. 1971; 135 m² prodajnega prostora, 84 m² skladiščnega prostora.



Samopostrežna trgovina na Črnučah z bifejem — PE Emona, odprta 2. 6. 1971; približno 400 m² prodajne površine, 200 m² skladiščnega prostora.

Vsebinska usmeritev glasila delovne skupnosti »Mercator«

Pravilnik o izdajanju glasila delovne skupnosti »Mercator«, ki ga je dne 13. 5. 1971 sprejel centralni delavski svet podjetja, obvezuje uredniški odbor, da zasnuje tako vsebinsko usmeritev časopisa, ki bo izpolnil naslednje temeljne naloge:

— obveščal člane delovne skupnosti o rezultatih gospodarjenja podjetja, o sklepih organov upravljanja in o delu družbeno-političnih organizacij v podjetju;

— spodbujal razvoj samoupravljanja, demokratičnega soodločanja in negoval dobre medsebojne odnose;

— splošno, družbenopolitično in strokovno izobrazeval, prosvetljal in vzgajal;

— krepil delovno in samoupravno zavest kolektiva ter pripadnost svoji delovni organizaciji.

Na teh temeljnih nalogah je uredniški odbor zgradil naslednjo okvirno programsko usmeritev glasila delovne skupnosti »Mercator«:

1. Redno bomo obveščali delovno skupnost o razpravah in sklepih osrednjih organov upravljanja in organov upravljanja posameznih enot. Pri tem ne bi smeli suhoparno citirati sklepov, ampak na kratko obvestiti o vsebini seje tega ali onega organa, obširneje pa bi pisali o tistih pomembnih razpravah in sklepih organov upravljanja, ki bodo odločilneje vplivali na poslovno politiko podjetja ali enote, na družbeni in osebni standard ter samoupravne odnose v podjetju.

Poleg obveščanja o minulih sejah pa bi bilo potrebno obvestiti delovno skupnost o vsebini osrednjih dnevnih redov prihodnje seje samoupravnih organov. Na ta način bi tudi spodbujali člane organov upravljanja, da se bodo, še posebno o pomembnejših vprašanjih, predhodno posvetovali v kolektivu enote.

2. Aktualna družbenoekonomska vprašanja.

Poslovni in samoupravni utrip delovne organizacije se ravna tudi po družbenoekonomskih razmerah in ukrepih zveznih in republiških oblastvenih, političnih in samoupravnih organov. Zato bi kljub številnim sredstvom javnega informiranja morali tudi v glasilu »Mercator« seznaniti njegove bralce o najzanimivejših ukrepih (npr. samoupravni sporazumi itd.).

3. Spoznavajmo svojo delovno organizacijo:

Mercator, z raznotero dejavnostjo, razvejano številno maloprodajno mrežo dobiva tolikšen obseg, da že zamegljuje posameznim kolektivom enot pregled nad dejavnostjo drugih enot in celotnega podjetja. Zato bi bilo prav s številke v številko predstaviti posamezne enote, njihov delokrog, zanimive izkušnje s področja dela in urejanja samoupravnih odnosov. V tej rubriki bi posredovali tudi uspehe kolektivov, ki so opravili integracijo te ali druge oblike.

4. Predstavljamo vam:

Intervju je še vedno privlačno branje, saj nas zanima, kaj delajo, kako živijo, mislijo, se veselijo, snujejo... drugi ljudje.

V našem primeru bi morali to zvrst pisanja izrabiti za predstavitve dobrih delavcev, učencev, poslovodij, direktorjev... skratka tistih članov kolektiva, ki zaradi pridnosti, delovnih uspehov, priljubljenosti v delovni sredini in drugih osebnostnih vrtilin izstopajo v ožjem in širšem delovnem okolju.

5. Zanimivosti s področja trgovske tehnologije, poslovne etike in tehnologije živilske industrije, embalaranja, engineeringa. Snov za to rubriko bi zbirali s tuje in domače literature, časopisov in revij ter tujih in domačih izkušenj na tem področju. To bi naj bili v glavnem kratki, nekaj vrstični prispevki, objavljali pa bi tudi daljše zanimive strokovne prispevke s tega področja.

6. Rast in uspehi Mercatorja v sliki in besedi:

Slikovno in s krajšimi komentarji bi spremljali novogradnje in pomembnejše adaptacije ter objavljali fotoreportaže z otvoritev posameznih objektov ali drugih pomembnih poslovnih dogodkov.

V tej zvrsti časopisnega poročanja bi »reklamirali« nove izdelke iz naše proizvodnje in zanimivosti s prodajnih polic.

7. Ne glede na to, da mora vsebina celotnega časopisa odražati medsebojno obveščanje, izmenjavo mnenj in stališč, bomo spodbujali kolektiv k pismeni razpravi o najrazličnejših vprašanjih našega življenja in na ta način razvili rubriko »pogovori«.

Notranje integracije

V letih 1970—1971, torej v razdobju dveh let, so se v okviru Mercatorjeve detajlistične mreže združile naslednje poslovne enote: Polje, Logatec, Idrija, Litiya, G. grad, Dolenjske Toplice.

Ob teh pomembnih spremembah v organizaciji detajlistične mreže smo zastavili direktorju tega sektorja, Edu Božiču nekaj vprašanj.

Kako teče proces notranjih integracij in v čem je njihov pomen?

«Poudaril bi rad, da interne integracije niso sinonimi za sektor trgovine na drobno, ampak da združuje ta sektor v svoji organizaciji celotno detajlistično mrežo Mercatorja, torej tako integrirano trgovino kot ono, ki deluje pod okriljem poslovnih enot. Karkoli bom potem rekel o prizadevanjih za boljšo organizacijo poslovanja, velja za celotno detajlistično trgovino.

Proces notranje integracije se je začel pred dvema letoma. Že združene poslovne enote so ugotovile, da bodo pod skupno streho lahko dosegle večje in boljše ekonomske uspehe. To jih je združilo in pomen notranjih organizacij je prav v tem: s pomenotnim poslovanjem, bolj smotrnim izkoriščanjem zmogljivosti osebja in koncentracijo finančnih sredstev doseči vsestransko boljše uspehe.»

So takšni uspehi že vidni?

8. Glasilo delovne skupnosti mora biti tudi »notranji uradni list«. Zato je razumljivo, da mora prinašati vse novosti s področja notranje zakonodaje, ustrezne sklepe samoupravnih organov in razpise prostih delovnih mest v podjetju.

9. V Mercatorju je v uku 720 vajencev. Mimo vajencev je v rednem delovnem razmerju veliko mladih ljudi. Potemtakem je prav in pošteno, da tudi našim mladim sodelavcem posvetimo posebej ustrezno pozornost s tem, da bomo pisali o njihovih specifičnih problemih.

10. Za razvedrilo:

Poleg občasnih križank (pred prazniki in v dopustniških mesecih) bi morali predvsem poskrbeti za anekdote, iz dela in življenja članov kolektiva, objavljati šale, krajše koserije, v feltonu zanimive potopise z izletov, turističnih kolektivnih potovanj ali zanimivih potovanj posameznikov.

Poročali bi tudi s posameznih revij, prireditvev, kjer je Mercator sodeloval v okviru propagandne dejavnosti.

11. Šport in rekreacija:

Tudi ta rubrika sodi v področje razvedrila, zato jo bo velikokrat potrebno dopolnjevati z rubriko »za razvedrilo«.

Spremljati moramo vse oblike športne in rekreativne dejavnosti kolektiva in ga spodbujati pri vključevanju v športno življenje. Posebno pozornost je potrebno posvetiti možnostim in oblikam

za aktivni počitek članov delovne skupnosti. Zato bi morali s prizadevanjem na tem področju pripomoči k ustanovitvi počitniške skupnosti »Mercator«.

12. Prizadevati si moramo, po videzu in vsebini, za privlačen časopis. Zato bi morali s krajšimi prispevki, fotografijami in krikaturami, različnimi zvrstmi pisanja poskrbeti za zračnost in pestrost časopisa. To ni preprosta naloga. Med pogoji za tako urejanje časopisa je čimvečje število sodelavcev, dopisnikov iz vseh enot. Zato bo osnovna skrb uredniške politike usmerjena na pridobivanje dopisnikov in delo z njimi.

Prav tako bo potrebno pridobiti za sodelovanje tudi zunanje sodelavce — novinarje in druge strokovnjake z družbenoekonomskega življenja.

Prek novinarskega društva se bomo povezali z drugimi internimi glasili in tudi s povezovanjem in izmenjavo izkušenj poskrbeli za sodobne prijeme v naši zvrsti časopisnega informiranja.

13. Uredniški odbor sestavljajo člani, ki po svojem delovnem položaju zastopajo posamezna področja v Mercatorjevi organizaciji dela. Za tak izbor se je CDS odločil zavestno, da bi hkrati člani uredniškega odbora tvorno sodelovali v uredniški politiki, skrbeli za dovoljno, aktualno in objektivno prezentiranje dela in življenja njihove dejavnosti v časopisu.

Uredniški odbor

»Danes je notranje združenih 6 nekdanjih enot s 105 prodajalnami. Vsaka zase bi težko in na veiko daljše »proge« poskrbela za svoj nadaljnji razvoj. Na primer, nekdanja poslovna enota Logatec, poleg kritja obveznosti v skupne sklade podjetja ne bi zmogla večje naložbe v adaptacijo blagovnic. No, podobnih primerov bi lahko našli še nekaj, saj trenutno adaptiramo več trgovskih lokalov na različnih področjih.«

In težave?»

»Za začetek jih je nekaj. Vedeti moramo, da v našem sektorju nismo imeli strokovnih služb za potrebe maloprodaje, ne le za notranjo združeno trgovino, am-

pak za celotno maloprodajno mrežo. Zato velja ena osnovnih skrbi krepitvi teh služb in jačanju maloprodaje za vse enote. Težave so kadrovske narave za celotno maloprodajo, s spremembo načina poslovanja so povezano maloprodajne cene, smotrno funkcioniranje vzdrževalno pomožnih služb in težave s poslovnimi prostori, da bi lahko organizirali bolj učinkovito poslovanje.

Verjeti pa moramo, da bomo te težave rešili ob pomoči vseh strokovnih služb v podjetju in v sodelovanju z vsemi poslovnimi enotami in njihovimi strokovnimi delavci. Tako si tudi lahko obeitamo prihodnje leto v maloprodaji boljše uspehe.«



Tako pa pri nas »pozdravimo« prvega kupca v novi trgovini. Posnetek je iz črnuške samopostrežne trgovine na njen prvi poslovni dan

Kako urejati učna razmerja?

Nov zakon o poklicnem izobraževanju in urejanju učnih razmerij, objavljen v Uradnem listu SRS, št. 26/70 in je začel veljati 31. 7. 1970, med drugim terja spremembo obstoječega okvirnega pravilnika o pravicah, dolžnostih in položaju učencev Veletrgovine Mercator. Dokler ne bo izveden postopek za spremembo obstoječega omenjenega pravilnika, je čega omenjenega pravilnika, je CDS na svoji seji dne 15. 7. 1971 sprejel naslednji

začasni sklep:

1. Na podlagi določil pravilnika o sprejemu učencev izda posamezna enota izjavo, s katero izjavlja, da je pripravljena skleniti s pristojno šolo za prodajalce pogodbo o praktičnem pouku in o medsebojnih obveznostih (obr. 1,905).

2. Enota sklene poleg že izdane izjave tudi pogodbo o štipendiranju učencev (obr. 1,906).

3. Učenci prejemaajo:

— stalno mesečno nagrado za čas šolanja in praktičnega dela v enoti,

— stalno mesečno štipendijo za čas šolanja in praktičnega dela v enoti,

— enkratno nagrado za doseženi učni uspeh po opravljenem praktičnem izpitu za določeno leto.

4. Po 33. členu zakona o poklicnem izobraževanju in urejanju učnih razmerij bo enota izplačala učencu mesečno nagrado v znesku 100,00 N din za I., II. in III. letnik.

5. Mesečni znesek štipendije je v 1. letu učenja 100,00 din, v 2. letu učenja 200,00 din, v 3. letu učenja 250,00 din.

6. Enkratna nagrada za dosežen učni uspeh po opravljenem praktičnem izpitu za določeno leto v vseh letnikih, znaša:

— za odličen uspeh 200,00 din,

— za prav dober uspeh 150,00 din,

— za dober uspeh 100,00 din.

7. V času letnega dopusta pripada učencu nagrada in štipendija po 4. in 5. točki tega sklepa.

8. V primeru, da učenec ni uspešno opravil šolanja in mu je s sklepom UO enote odobreno, da lahko ponavlja I., II. ali III. letnik, ima za čas ponavljanja letnika pravico samo do nagrade po 4. točki tega sklepa.

9. Učenec ima pravico do letnega dopusta 42 koledarskih dni, od tega:

— 30 koledarskih dni za čas letnih šolskih počitnic,

— 12 koledarskih dni za čas zimskih šolskih počitnic.

10. Komisija za strokovno izobraževanje podjetja mora izdelati predlog za spremembo okvirnega pravilnika o pravicah, dolžnostih in položaju učencev in ga predloži centralnemu UO, da ga pošlje v 15-dnevno obravnavo enotam.

11. Določilo tega sklepa velja samo za učence, ki bodo na novo sprejeti v učna razmerja v I. letnik šolanja, v šolskem letu 1971/72.

12. Za učence, ki bodo v šolskem letu 1971/72 obiskovali II. in III. letnik, se sklenejo samo nove učne pogodbe in se določijo za navedene učence samo mesečne nagrade (štipendije ne!), v naslednji višini:

— za II. letnik 300,00 din,

— za III. letnik 350,00 din.

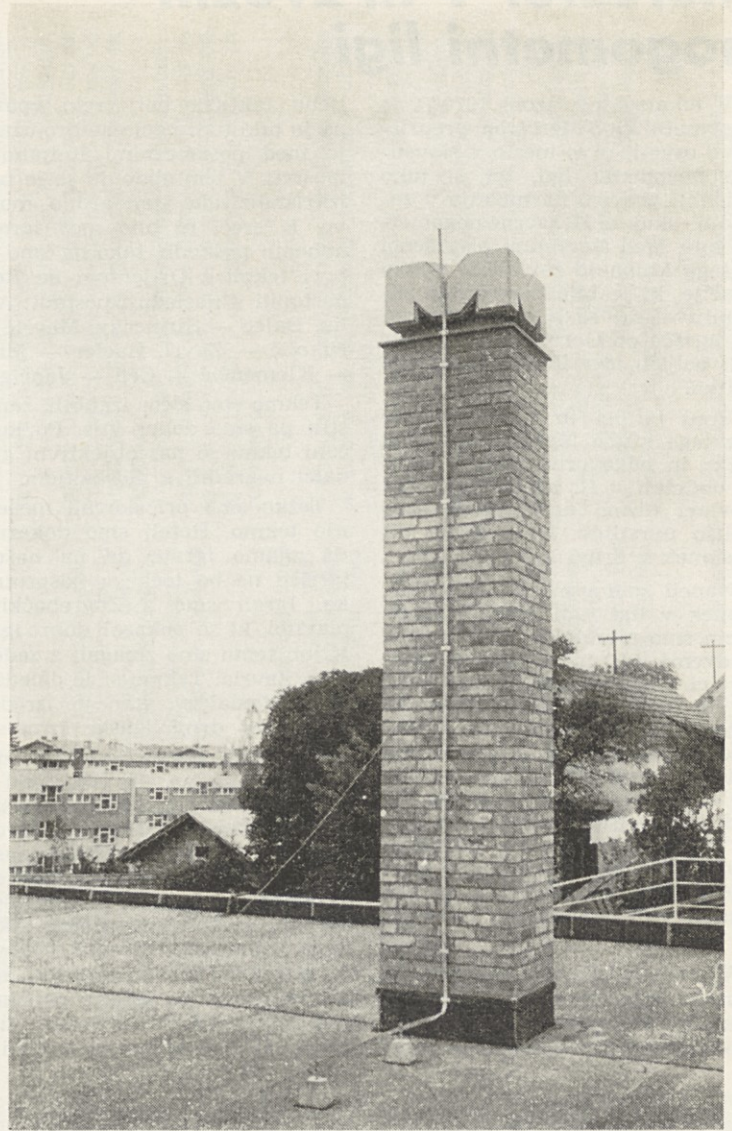
Za učence II. in III. letnika veljajo samo določila pod točko 6. in 9. tega sklepa.

13. Gospodarsko-računski sektor podjetja izdelava za vse enote posebna navodila glede financiranja učencev oziroma katera sredstva bremenijo nagrade in katera sredstva štipendije.

14. Ta sklep se uporablja od 1/7 1971 dalje ter preneha veljati, ko bo CDS sprejel spremembe okvirnega pravilnika o pravicah in dolžnostih ter položaju učencev v podjetju.

Ljubljana, 15. 7. 1971

Predsednik centralnega DS:
Vera Aljančič l. r.



»Mercatorjeve markacije«

Ugibajte in uganite.

1. V katerem kraju,
2. v, na, ob, pri katerem objektu,
3. kaj predstavlja detajl na posnetku?

Popolne odgovore na dopisnici pošljite na naslov:
Veletrgovina Mercator — glasilo »Mercator«
Aškerčeva 3

61 000 Ljubljana

do 10. oktobra. Ne pozabite napisati svojega naslova. Iz pravih odgovorov bomo izžrebali 3 nagrajence.

Nagrade:

prva: 80,00 N din

druga: 50,00 N din

tretja: 30,00 N din

Izid žrebanja bomo objavili v naslednji številki »Mercatorja.«

Mercator

veletrgovina
import-export
Ljubljana

Komisija za sprejem in razporejanje delavcev OE Mercator objavlja
prosta delovna mesta

- **FAKTURISTA-MEHANOGRafa**
pogoj: ekonomski tehnik
- **SKLADIŠNIKOV**
pogoj: KV delavec trgovske stroke
- **SKLADIŠNIH DELAVCEV**
- **POSLOVODJE** za prodajalno v Dolskem
pogoj: VK delavec trgovske stroke in 3 leta prakse v blagovnem prometu
- **PRODAJALCA** za prodajalno v Zalogu
pogoj KV delavec trgovske stroke
- **PRODAJALCA** za prodajalno v Polju pri Ljubljani
pogoj: KV delavec trgovske stroke

Kandidati naj pošljejo svoje vloge v 8 dneh po objavi na naslov: Veletrgovina »Mercator«, Komisija za sprejem in razporejanje delavcev, Ljubljana, Aškerčeva 3



Z otvoritve samopostrežne trgovine »Mercator« v Cerknem

Mercator v II. zvezni nogometni ligi

V tekmovalni sezoni 1970/71 je nogometni klub Mercator prepričljivo osvojil prvo mesto v slovenski nogometni ligi, ter si tako pridobil pravico nastopanja v zahodni skupini II. zvezne nogometne lige. Med številnimi privrženci našega kluba je zavladalo veliko veselje, ki je bilo popolnoma razumljivo, saj so si v novi sezoni na igrišču ob Gerbičevi cesti obetali boljše iger in več športnega užitka.

Pred igralci in upravo nogometnega kluba Mercator je stala težka in odgovorna naloga, kako se obdržati v II. zvezni ligi? Kot novinci nismo upali na kakšno boljše uvrstitev. Naš cilj je bil obstanek v drugi ligi.

Napeli smo vse sile, da bi obstanek v ligi tudi dosegli. Predvsem smo morali okrepiti moštvo z dvema ali tremi kvalitetnimi igralci. Naše moštvo je bilo mlado in bi nam pomoč izkušenih igralcev veliko pomenila. Nekaj mlajših, obetajočih igralcev smo dobili iz vrst slovenskih ligašev, na pomoč pa nam je priskočila tudi ljubljanska Olimpija, ki nam je odstopila Čeha in Haclerja. Oba sta že igrala na tekmah prve lige in nam bosta v boju za obstanek vsekakor veliko pomagala.

V pripravljalnem obdobju je moštvo odigralo nekaj tekem za trening. Pokazalo se je, da je moštvo kondicijsko dobro priprav-

ljeno, taktično bolj zrelo, opaziti pa je bilo tudi večjo sinhronizacijo med posameznimi linijami v moštvu. V tem obdobju se je tudi izkristaliziralo standardno moštvo. K sreči ni bilo med igralci nobenih poškodb, tako da smo na prvi tekmi z Orijentom na Reki nastopili v naslednji postavi: Ahlin, Bajec — Strmecky, Mavrič — Nikolič — Zavrl, Hacler — Milič — Klemenčič — Čeh — Jančigaj.

Tekmo smo sicer izgubili, zapustili pa smo dober vtis. Po končani tekmi so nas objektivni gledalci nagradili s ploskanjem.

Težko smo pričakovali naslednjo tekmo. Hoteli smo dokazati, da znamo igrati, da na našem igrišču ne bo točk za nasprotnike. Igrali smo z Zagrebačkimi plavimi, ki so pokazali dobro igro. Kljub temu smo zmagali z zadetkom Zavrla. Tekmo si je ogledalo 3.000 gledalcev, kar je izredno veliko za drugoligaške razmere.

Naslednja tekma je bila za nas zelo pomembna. Na stadionu v Šiški smo se pomerili s starejšim ljubljanskim ligašem, moštvom Ljubljane. To je bil ljubljanski drugoligaški obračun, v katerem je večina poznavalcev nogometne igre pričakovala zmago izkušene Ljubljane. Trener Zikovič je za tekmo skrbno pripravil načrt, katerega so igralci popolnoma uresničili. V obrambi smo igrali čvrsto, ostro in s hitrimi

Mar res samo...?

Današnja rubrika, namenjena športu in rekreaciji članov delovne skupnosti, je vsa v znamenju nogometa. Ko smo jo pripravljali, smo spraševali drug drugega: »Ali je nogomet zares edina športna dejavnost, v kateri se udeležujejo člani delovne skupnosti?« Nihče ni vedel pravega odgovora. Ob tem smo se resno zamislili, kako da je v tako številnem kolektivu tako malo športnega duha.

Kaj pa, če smo le preslabo poučeni in po enotah vendarle igrate šah, namizni tenis, kegljate, balinate...?

Ce je tako, nam sporočite, da bi še drugim članom kolektiva povedali, komu se naj pridružijo. Morda pa nam uspe prav s takšnim medsebojnim obveščanjem, s podobno športno vnemo, kot jo imajo nogometaši, razgibati športno življenje in s tekmovanjem med enotami v raznih športnih disciplinah pobuditi zaetek sindikalnih športnih iger, takih, kot jih že veliko let uspešno pripravljajo delavci drugih dejavnosti. In kje je rečeno, da tega ne bi zmogli tudi trgovci?

akcijami ogrožali ljubljanska vrata. Plod takšne igre je bil zadetek Jančigaja, ki nam je prinesel pomembno zmago.

Po tekmi so nas naši navijači navdušeno pozdravili. Razveseljivo je, da je bilo med njimi veliko naših delavcev in uslužbencev, kar zgovorno dokazuje, da

so sprejeli nogometni klub Mercator za svojega, da je postal del njih samih. Igralci pa se jim bomo oddolžili z dobrimi igrami in prizadevanjem, ter dokazali, da znajo ceniti znak M, ki ga nosijo na prsih.

Milovan Nikolič

Nasproti tretjemu naslovu

Sindikavno nogometno moštvo našega podjetja tekmuje v sindikalni nogometni ligi že od njene ustanovitve. Vsak ponedeljek meri svoje moči z moštvi drugih ljubljanskih podjetij. Pri tem je imelo že veliko uspehov, saj je osvojilo že dve prvenstvi. Na najboljši poti, da osvoji naslov najboljšega, je tudi letos.

Po prvem delu tekmovanja je naše sindikalno moštvo na prvem mestu s tremi točkami prednosti pred neposrednimi tekmeči. V tem delu je odigralo 8 tekem, 7 tekem je dobilo in samo eno izgubilo. Edini poraz je doživelo, dokaj nesrečno, v igri z moštvom Saturnusa. Naše moštvo je vodilo še 5 minut pred koncem tekme. Zaradi trenutne nepazljivosti pa je v eni minuti prejelo dva zadetka in tekmo izgubilo.

Sindikavno moštvo Mercatorja je v prvem delu tekmovanja doseglo naslednje rezultate: premagalo je Mladinsko knjigo s 7:0, Zito z 2:0, Delo z 2:1, Tiki s 4:1, Železniško postajo z 1:0, Tiskarno Jožeta Moškriča s 5:0 in Univerzal s 7:2 ter izgubilo s Saturnusom z 2:1.

Moštvo Mercatorja igra zelo simpatičen nogomet. Igra je zasnovana predvsem na tehniki. V svojih vrstah ima nekaj igralcev, ki so še pred kratkim veliko pomenili v slovenskem merilu. Pri tem mislimo predvsem na Velkavrha in Skrabo. Ne smemo pa zanemariti učinka njunih soigralcev, ki dajejo na vsaki tekmi vse od sebe. Tehnični vodja moštva tov. Čuden je dejal, da je s svojimi varovanci zelo zadovoljen, ker so izredno disciplinirani v igri in izpolnjujejo njegove taktične zamisli.

»V nadaljevanju prvenstva bomo še močnejši. S prihodom Čupina smo rešili problem vratarja pa tudi Pungercar nam bo dobrodošel v napadalni vrsti. Upam, da bomo obdržali trenutni položaj na lestvici,« nam je na koncu dejal tovariš Čuden.

Tudi kapetan moštva tovariš Peter Pušler je dal kratko izjavo: »V tretje gre rado. Poleg dveh že osvojenih pokalov bomo postavili še tretjega. Prostora je še dovolj.«

Nadaljevanje sindikalnega prvenstva je pred vrati. »Sindikalisti« so optimisti. Veseli nas, da so polni vere v svoje sposobnosti. Tudi ostali člani našega kolektiva moramo doprinesti svoj delež k njihovem uspehu. Nič drugega nam ni treba storiti kot to, da gremo na tekmo in spodbujamo naše sodelavce s ploskanjem. Ploskati pa tako vsak zna.

Milovan Nikolič



Predstavniki nogometne zveze Slovenije, tovariš Voje, izročajo pokal moštvu NK Mercator za doseženo 1. mesto v slovenski nogometni ligi, v letu 1970/71



Glasilno delovne skupnosti veletrgovine »Mercator«, Ljubljana, Aškerčeva 3 — Izdaja centralni delavski svet veletrgovine »Mercator« — Izhaja enkrat mesečno — Ureja uredniški odbor: Edo Božič, Danilo Domajnko, Branko Gorjup, Kancijan Hvastija, Nada Lombardo, Marjan Pogačnik, Jože Renar, Janez Rozman, Mirko Rupelj, Stane Vrhovec, Ivanka Vrhovčak — Glavni urednik: Marjan Pogačnik — Odgovorna urednica: Ivanka Vrhovčak — Tehnični urednik: Danilo Domajnko (Delavska enotnost) — Tiska: tiskarna »Toneta Tomšiča«, Ljubljana



Mercator

PRAVILNIK

o kalu, razsipu, lomu in kraji blaga v prodajalnah

PRAVILNIK

**o oblikovanju prodajnih cen v prometu na debelo
in na drobno Veletrgovine Mercator**

od 1971,1

Na podlagi pravilnika o knjigovodstvu
Veletrgovine »Mercator« import-export

Ljubljana, je CDS na svoji redni seji dne
16. 12. 1970 sprejel

PRAVILNIK

o kalu, razsipu, lomu in kraji blaga v prodajalnah

1. člen

S tem pravilnikom je določena maksimalna višina, katera se lahko prizna posameznim prodajalnam zaradi izgube pri kalu, razsipu, lomu in kraji blaga v prodajalnah. Pri tem je upoštevana izguba za čas uskladiščenja v skladišču prodajalne in čas prodaje.

Izguba zaradi kala, razsipa, loma in kraje blaga v prodajalnah se lahko ugotavlja ob letnem popisu (inventura), oziroma pri pregledu poslovanja prodajalne ne glede na letni čas.

2. člen

Po določitih tega pravilnika se lahko prizna izguba pri blagu v primeru, ko ni le-ta nastala po krivdi posameznih delavcev prodajalne. Pri ugotavljanju izgube se ne upošteva vrednost blaga, katerega je priznal dobavitelj prodajalni na podlagi reklamacije.

3. člen

Posamezna enota lahko sprejme svoj pravilnik o izgubi blaga zaradi kala, razsipa, loma in kraje v prodajalnah, vendar mora biti le-ta v skladu z določili tega pravilnika.

Evidenco o kalu, razsipu, lomu in kraji blaga v prodajalnah določi enota sama v skladu z internimi akti podjetja.

4. člen

V pravilniku o delitvi OD enote se lahko predvidijo stimulativna merila za kakovost dela, ki naj bi vplivala na zmanjšanje izgub zaradi kala, razsipa, loma in drugih vzrokov, na katere lahko vplivajo delavci z boljšim in uspešnejšim delom.

5. člen

Izguba pri blagu v prodajalni je odvisna od prometa prodajalne, predmeta in asor-

timenta poslovanja, tehnološkega procesa dela in časa dobave blaga od dobaviteljev.

Ob upoštevanju kriterijev prejšnjega odstavka tega člena se prizna izguba pri blagu v prodajalnah maksimalno določena v naslednjih členih tega pravilnika.

6. člen

Samopostrežnim prodajalnam živilske stroke se prizna od doseženega prometa v obračunskem obdobju:

— za kalo, lom, razsip: 4% brez prometa sadja in zelenjave;

— za sadje in zelenjavo za prodajalne, katere imajo dnevno dostavo blaga, oz. je kraj dostave dobavitelja največ 30 km od prodajalne: 2% od prometa s sadjem in zelenjavo;

— za sadje in zelenjavo za prodajalne, katere nimajo dnevne dostave blaga in je kraj dostave dobavitelja več kot 30 km od prodajalne: 3% od prometa s sadjem in zelenjavo.

7. člen

Klasičnim prodajalnam živilske stroke se prizna od doseženega prometa v obračunskem obdobju:

— za kalo, lom, razsip: 2% brez prometa sadja in zelenjave;

— za sadje in zelenjavo za prodajalne, katere imajo dnevno dostavo blaga oz. je kraj dostave dobavitelja največ 30 km od prodajalne: 2% od prometa s sadjem in zelenjavo;

— za sadje in zelenjavo za prodajalne, katere nimajo dnevne dostave blaga in je kraj dostave dobavitelja oddaljen več kot 30 km od prodajalne: 3% od prometa s sadjem in zelenjavo.

8. člen

Za klasične prodajalne z mešanim blagom se uporabijo določbe 7. člena tega

pravilnika za promet z živilskim blagom. Za promet z neživilskim blagom se uporabijo kriteriji, določeni po tem pravilniku za neživilsko blago.

9. člen

Prodajalne živilske stroke se finančno ne obremenjujejo za:

porabo klobučastega papirja, reklamnih vrečk in ostalega reklamnega materiala. Za porabo ostalega papirja in papirnatih vrečk so prodajalne obremenjene po nabavni ceni (špecerijske vrečke in ostali papir), če se prodajajo oziroma tehtajo z blagom.

10. člen

Za prodajalne s tehničnim blagom se eventualni kalo, razsip, lom blaga v prodajalnah oziroma reklamacije od potrošnikov uveljavljajo pri dobaviteljih, razen v naslednjih primerih:

— za prodajalne, ki prodajajo goriva in maziva, se prizna 4% od ustvarjenega prometa,

— za prodajalne, ki prodajajo barve, lake, firnež v razsutem stanju, se prizna 1% od ustvarjenega prometa in

— za prodajalne s prodajo premoga, drv in cementa se prizna 1% od ustvarjenega prometa.

Prodajalnam s tehničnim blagom se prizna vrednost reklamnih vrečk in ovojnega papirja.

11. člen

Za blagovnice s tehničnim blagom, ki imajo v celoti ali delno (oddelek, etaža) predmet poslovanja v obliki samopostrežbe, se prizna v obračunskem obdobju od prometa brez upoštevanja vrednosti reklamacij dobavitelja, za:

— galanterijsko blago, kozmetiko, igrače	1%
— za trikotajo in pletenine	1%
— za ostalo tehnično blago, čigar prodajna cena ne presega 4 din	0,5%

Za samopostrežne prodajalne živilske stroke v blagovnici veljajo določila 6. člena tega pravilnika.

12. člen

Mesnicam se prizna 5% od doseženega prometa v določenem obračunskem obdobju zaradi izgube pri kalu, razsipu blaga v prodajalnah, s tem da se ne bremenijo za vrednost ovojnega papirja. Pri tem so mišljene mesnice, katere imajo klasično prodajo mesa in mesnih izdelkov, in sicer ločena prodajna mesta ali pa v sestavu samopostrežnih prodajal.

13. člen

Ne glede na določila 6., 7. in 12. člena tega pravilnika, se posamezni prodajalni prizna določen odstotek na račun kala, loma, razsipa in kraje blaga v določenem obračunskem obdobju, v naslednjih primerih: v primeru višje sile, adaptacije prodajalne in spremembe števila zaposlenih delavcev in podobno, s tem da o tem posebej odloča delavski svet enote.

14. člen

Ta pravilnik stopi v veljavo, ko ga sprejme centralni delavski svet Veletrgovine Mercator in se uporablja od 1/1-1971.

Ljubljana, 16. 12. 1970.

Predsednik centralnega DS:

Vera Aljančič l. r.

Na podlagi 8. člena zakona o oblikovanju in družbeni kontroli cen ter 285/6 člena statuta Veletrgovine Mercator, import-

export, Ljubljana, Aškerčeva 3, je sprejel delavski svet podjetja na svojem zasedanju dne 16. 7. 1970 naslednji

PRAVILNIK

o oblikovanju prodajnih cen v prometu na debelo in na drobno Veletrgovine Mercator

1. člen

Prodajne cene za blago v prometu se oblikujejo na način in pod pogoji, ki so določeni s tem pravilnikom.

Za organizacijsko enoto Mercator in za vse poslovne enote trgovske stroke, vključno prodajalne Tovarne mesnih izdelkov.

Proizvodne in druge enote Emba, Tovarna mesnih izdelkov, Investa, Kavarna Evropa, poslovna enota Hladilnica, kakor tudi pozneje na novo pripojene sorodne enote, oblikujejo ceno po lastnem pravilniku o cenah.

2. člen

Cene v prometu so:

- grosistične za prodajo na debelo,
- detajlistične za prodajo na drobno;
- cene za proizvode in storitve, ki se določajo s pravilniki enot.

3. člen

Cene se oblikujejo:

- prosto ob pogojih trga, za blago in storitve, za katere niso s predpisi oziroma ukrepi pristojnih organov uvedeni ukrepi neposredne družbene kontrole;
- po veljavnih predpisih, če je z njimi določen kalkulativen način oblikovanja cen ali je predpisana določena stopnja marže v prometu na debelo in drobno;
- kot določene cene po pristojnih organih oziroma s predpisi družbenopolitičnih skupnosti.

4. člen

Grosistične in detajlistične cene se oblikujejo z dodajanjem razlike v ceni v fiksnem znesku ali v znesku, ki ustreza odstotni stopnji marže na nabavno ceno.

Razlika v ceni mora pokrivati stroške poslovanja s posameznim blagom, vključno tudi za razširjeno reprodukcijo.

5. člen

Pristojni organi za oblikovanje cen so:

- a) centralni upravni odbor za določitev okvirne povprečne stopnje razlike v ceni za trgovanje na debelo in okvirne povprečne stopnje marže za trgovanje na drobno;
- b) direktor sektorja trgovine na debelo določa povprečno razliko v ceni za posamezne oddelke grosistične dejavnosti;
- c) direktor oziroma vodja ali šef komercialne v enotah z grosistično dejavnostjo določa povprečno maržo za posamezne oddelke oziroma blagovne skupine grosistične dejavnosti (npr. Standard, Trgopromet);
- d) direktor sektorja trgovine na drobno oziroma direktor enote ali šef komercialne službe v posameznih enotah maloprodajne mreže oziroma pooblaščen oseba formirajo maloprodajne cene;
- e) oblikovanje oziroma kalkulacija grosističnih cen za živila in gospodinjske potrebščine opravlja pooblaščen oseba kalkulacijskega odseka v nabavnem oddelku;
- f) kalkulacije grosističnih cen za galanterijsko, tehnično in drugo blago opravlja kalkulacijski odsek v galanterijskem oddelku;
- g) kalkulacije grosističnih cen za blago v papirnem skladišču opravlja šef papirnega oddelka oziroma pooblaščen oseba tega oddelka;
- h) direktor zunanjetrgovinskega sektorja določa povprečno razliko v ceni za uvoz, izvoz in zunanjetrgovinske storitve, kalkulacije cen pa opravljajo posamezni oddelki sektorja.

6. člen

Predlog za določitev stopenj razlik v ceni, ki spadajo v pristojnost centralnega upravnega odbora, izdelajo službe na podlagi predhodne analize poslovnega uspeha, najkasneje v 15 dneh po potrditvi zaključnega računa, s tem da centralni upravni odbor razpravlja o predlogu najkasneje v 15 dneh in določi okvir politike cen v podjetju za prihodnjo poslovno dobo.

Za leto 1970 se postopek po prejšnjem odstavku izvede v 30 dneh po sprejemu tega pravilnika.

7. člen

Predlog za povprečno stopnjo razlike v ceni v prometu na debelo po členu 5/b tega pravilnika pripravljajo šefi posameznih oddelkov v sodelovanju z razvojno-planskim sektorjem.

Obvezno kartoteko grosističnih cen vodi vsak oddelek za svoje blago.

8. člen

Predlog centralnemu upravnemu odboru za povprečno stopnjo razlike v ceni za prodajalne, ki so vključene v sektor maloprodaje, pripravi in izdela direktor sektorja trgovine na drobno oz. od njega pooblaščen oseba.

Na enak način se izvede postopek za prodajalne poslovne enote, ki niso vključene v sektor trgovine na drobno, s tem da po izvedenem postopku določa povprečno stopnjo razlike v ceni za posamezno enoto direktor poslovne enote, šef komercialne poslovne enote oziroma druga za to posebej pooblaščen oseba.

9. člen

V grosističnih cenah je zajet tudi prometni davek od prometa za blago, za katerega je z zakonom določeno, da se plačuje pri prodaji blaga na debelo. Razlika v ceni se oblikuje na način, določen v 4. členu.

10. člen

V prodajnih cenah na drobno, ki se oblikujejo za posamezno vrsto blaga, se prometni davek od prodaje na drobno v kalkulira v predpisani stopnji ali znesku in je vključen v končni ceni na drobno, ki jo mora plačati kupec, kolikor obvezni predpisi ne določajo kaj drugega.

11. člen

Direktor sektorja trgovine na debelo, direktor sektorja trgovine na drobno ali direktor enote, šef komercialne, pooblaščen oseba lahko pri prodaji blaga na debelo priznavajo kupcem na drobno oziroma večjim potrošnikom popuste v obliki rabata, superrabata ali casasonta.

Višino in obilko popustov določajo oziroma odobravajo osebe po prejšnjem odstavku, v skladu z razmerami na tržišču in v višini, ki zagotavlja in omogoča konkurenčno sposobnost podjetja.

12. člen

Kadar se med letom spremenijo družbene obveznosti ali druge dajatve, smejo organi za oblikovanje cen po 5. členu tega pravilnika povečati ustrezne stopnje v ceni, absolutne zneske marže ali same cene.

13. člen

Kadar se občutneje spremenijo nabavni oziroma prodajni pogoji, smejo organi po 5. členu tega pravilnika tudi med letom spremeniti stopnjo ali absolutne zneske marže ali same cene.

14. člen

Razlaga pojmov:

— fakturna cena je znesek, zaračunan v dobaviteljevi fakturi: brez odbitka običajnih in pozneje priznanih popustov,

— nabavna cena, je fakturna cena, povečana za odvisne stroške,

— odvisni stroški so: stroški za nakladanje in razkladanje, stroški s prevozom od dobaviteljevega do kupčevega skladišča, zavarovanje blaga v transportu, transportni kalo, razbitje in kvarjenje blaga ter posebni stroški s pakiranjem pri transportu blaga (zimsko pakiranje, vračanje embalaže ipd.) ter stroški nakladanja in razkladanja in prevozov do prodajaln oziroma notranjih prevozov,

— pri blagu s predpisano ceno se rabat upošteva kot sestavni del razlike v ceni,

— grosistična prodajna cena je nabavna cena, povečana za grosistično razliko v ceni. Prometni davek pri prodaji na debelo, katerega je obvezen vkalkulirati in plačati prodajalec na debelo, se posebej izkazuje v znesku, poleg čiste grosistične cene,

— maloprodajna cena je nabavna cena, povečana za maloprodajno razliko v ceni in morebitni prometni davek.

15. člen

Pri blagu, za katerega je proizvajalec določil prodajno ceno na drobno, se upošteva priznani redni rabat kot polna razlika v ceni, s tem da se praviloma zagotavlja po tem pravilniku izračunana stopnja marže za tako blago.

16. člen

Pri razprodaji odevčnih zalog še kurantnega in brezhibnega blaga se znižajo prodajne cene na debelo ali na drobno praviloma največ do nabavne cene.

Za nekurantno, demolirano ali tudi defektno blago ter za ostanke, močno desortirano blago se lahko znižajo prodajne cene na debelo in drobno pod nabavno ceno, v sorazmerju z zmanjšano vrednostjo blaga in glede na možnost in nujnost čimprejšnjega vnovčenja.

Stopnja znižanja prodajne cene na debelo določi direktor sektorja trgovina na debelo oziroma od njega pooblaščen oseba.

Stopnjo znižanja prodajnih cen na drobno določi direktor sektorja trgovine na drobno oziroma od njega pooblaščen oseba za vse prodajalne, ki so vključene v ta sektor.

Stopnjo znižanja prodajnih cen na drobno za prodajalne poslovne enote iz Tovarne mesnih izdelkov določi direktor enote oziroma šef komerciale ali druga od direktorja pooblaščen oseba.

17. člen

Poslovodje prodajaln so odgovorni za vodenje predpisane evidence o cenah o prometu na drobno v posamezni prodajalni ali blagovnici in za točne označbe cen na blagu v skladu z dobrimi poslovnimi običaji in veljavnimi predpisi.

18. člen

Redno nadzorstvo nad izvrševanjem določb tega pravilnika o oblikovanju cen in izvajanju začrtane politike cen, vodi za

grosistično dejavnost direktor sektorja trgovine na debelo, za detajlistično dejavnost pa direktor sektorja trgovine na drobno, ki sta dolžna ob sprejemu zaključnega računa poročati o tem centralnemu delavskemu svetu podjetja.

V upravičenih primerih lahko centralni delavski svet na podlagi poročila po prejšnjem odstavku po svoji prosti presoji spremeni okvirne povprečne stopnje marže za trgovanje na debelo in drobno, ki jih je določil organ po a) točki 5. člena tega pravilnika.

19. člen

Kolikor posamezne zadeve v tem pravilniku niso ali niso dovolj natančno določene, jih za svoje območje določi organ po 5. členu tega pravilnika.

20. člen

Ta pravilnik je sprejel centralni delavski svet Veletrgovine Mercator na zasedanju dne 16/7-1970 ter prične veljati 8. dan od njegove objave, uporablja se pa od 16. julija 1970 dalje.

Ljubljana, dne 16. 7. 1970.

DS številka 792/70

Predsednik centralnega DS:

Vera Aljančič l. r.

